

2014（平成 26）年度

大阪市立大学大学院文学研究科 博士学位請求論文

〈メディアとしてのモノ〉の文化社会学
—日本社会における「模型」の形成と変容を中心に—

松井 広志

目次

| | |
|---|-----------|
| 序章 問題設定 | 1 |
| 0-1 研究の背景 | 1 |
| 0-2 主たる問い | 3 |
| 0-3 研究の対象 | 6 |
| なぜ「模型」か? | 6 |
| 「模」と「型」 | 7 |
| 「実物との関係」と「物質的なモノ」 | 8 |
| 0-4 先行研究 | 9 |
| オタク文化論と産業論 | 9 |
| 民俗学と人類学 | 9 |
| 文化社会学とメディア史 | 10 |
| 社会理論 | 11 |
| 0-5 記述方法と扱う資料 | 12 |
| メディア史と考古学的記述 | 12 |
| 歴史的資料の質的分析 | 13 |
| 資料の概要 | 14 |
| 0-6 本論文の構成 | 16 |
| | |
| 第Ⅰ部 〈メディアとしてのモノ〉をめぐる理論 | 19 |
| | |
| 第Ⅰ章 学説史的背景——「モノ」と「メディア」の研究 | 20 |
| 1-1 社会学における「モノ」の再考 | 20 |
| 近代社会学と「モノ」の記述 | 20 |
| 社会学の発展と「モノ」の等閑視 | 22 |
| 現代社会学と「モノ」の再考 | 23 |
| 1-2 メディア研究とカルチュラル・スタディーズ | 25 |
| ジャーナリズム論／マス・コミュニケーション論／メディア論 | 25 |
| カルチュラル・スタディーズと「文化」の問題化 | 26 |
| 日本のメディア文化研究とCS | 27 |
| 1-3 〈メディアとしてのモノ〉の研究へ | 29 |
| メディア文化研究における「メディア」概念の再考 | 29 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| 〈メディアとしてのモノ〉の研究へ..... | 31 |
| 第2章 メディア文化とモノ——記号・物質・記憶 | 33 |
| 2-1 メディア文化における「モノ」 | 33 |
| 2-2 記号としてのモノ | 34 |
| 言語論と使用価値・交換価値 | 34 |
| 消費社会論と記号的価値 | 34 |
| 2-3 物質としてのモノ | 36 |
| 物質文化論の展開 | 36 |
| モノ理論と人類学 | 37 |
| 触感とプンクトウム | 39 |
| 2-4 物的環境としてのモノ | 40 |
| 集合表象と集合的記憶 | 40 |
| 集合的記憶と物的環境 | 41 |
| 2-5 総合的考察 | 43 |
| 第II部 模型のメディア史 | 45 |
| 第3章 近代化と科学模型 | 46 |
| 3-1 江戸期における模型の起源 | 46 |
| 近世と近代の連続性 | 46 |
| 妖怪玩具と模型の不在 | 46 |
| 模型の起源 | 47 |
| 3-2 近代化と科学模型 | 48 |
| 模型の誕生 | 48 |
| 科学模型と未来 | 50 |
| 主体としてのエンジニア | 52 |
| 3-3 木製・金属製模型と工業化 | 53 |
| 模型の材料と産業 | 53 |
| 木製模型と静岡の木材産業 | 54 |
| 金属製玩具と工業化 | 55 |
| 3-4 未来の機能を実現するメディア | 57 |
| 近代化における模型と〈未来〉 | 57 |
| 科学模型と〈機能〉 | 58 |
| 戦前期における模型メディアの媒介性と物質性 | 59 |

| | |
|---|-----------|
| 第4章 兵器模型と戦争 | 61 |
| 4-1 模型航空教育と啓蒙 | 61 |
| 総力戦体制論と戦時下のメディア | 61 |
| 戦時下の模型と啓蒙 | 61 |
| 模型航空教育の実施 | 62 |
| 4-2 兵器模型と戦争 | 64 |
| 模型と軍事の結びつき | 64 |
| 兵器模型と少国民 | 65 |
| 戦時下の模型と現在 | 66 |
| 4-3 物資不足と代用材 | 67 |
| 物資不足と模型の物質性 | 67 |
| 代用材のブリコラージュ | 68 |
| 帝国日本における適材料 | 69 |
| 4-4 現在の理念を体現するメディア | 70 |
| 模型航空教育と兵器模型における〈現在〉 | 71 |
| 代用材にみる〈理念〉 | 71 |
| 戦時期における模型メディアの媒介性と物質性 | 72 |
| 第5章 スケールモデル／プラスチックモデルと戦後社会 | 73 |
| 5-1 戦争／占領期における模型 | 73 |
| 模型航空教育の「楽しみ」 | 73 |
| 実物の禁止と模型の自粛 | 74 |
| 科学模型の復権 | 75 |
| 占領期における模型 | 76 |
| 5-2 スケールモデルと「趣味」 | 78 |
| アメリカの豊かさと模型 | 78 |
| 平和主義と趣味としての模型 | 79 |
| 模型とミリタリズム | 81 |
| 5-3 プラスチックモデルと高度経済成長 | 82 |
| 重化学工業とプラスチック | 82 |
| プラスチックの普及と模型への導入 | 83 |
| 「動かない」スケールモデルの隆盛 | 85 |
| プラモデルを扱う新たな模型誌 | 87 |
| 5-4 過去の形状を再現するメディア | 89 |
| 占領期と科学模型 | 89 |

| | |
|---|------------|
| ミリタリーモデルと〈過去〉 | 90 |
| プラスチックモデルと〈形状〉 | 91 |
| 戦後期における模型メディアの媒介性と物質性 | 92 |
| 第6章 キャラクターモデル／ガレージキットと情報消費社会 | 93 |
| 6-1 情報消費社会と模型 | 93 |
| ポスト戦後期における脱工業化と消費社会化 | 93 |
| 物語消費とフェティシズム | 93 |
| スケールモデルにおける形状と解釈 | 95 |
| キャラクターモデルの誕生 | 96 |
| 6-2 キャラクターモデルと情報消費社会 | 98 |
| 「松本零士の世界」とスケールモデル | 98 |
| ガンプラと「イメージ」の再現 | 99 |
| 「オリジナル」の魅力 | 101 |
| キャラクターモデルと情報消費社会 | 103 |
| 6-3 ガレージキットとアマチュアリズム | 104 |
| 脱工業化社会とガレージキット | 104 |
| ガレージキット誕生の契機 | 105 |
| 模型メディアのアマチュアリズム | 106 |
| プラモデル／ガレージキットの融解 | 107 |
| 6-4 虚構の解釈を表現するメディア | 108 |
| キャラクターモデルと〈虚構〉 | 108 |
| 現実性と〈解釈〉の弁証法 | 109 |
| アマチュアによる〈解釈〉の表現 | 110 |
| 情報消費社会における模型メディアの媒介性と物質性 | 111 |
| 第7章 現代の模型とグローバル化・デジタル化 | 112 |
| 7-1 グローバル化する模型 | 112 |
| 現代社会のグローバル化とデジタル化 | 112 |
| グローバル化する模型の生産・流通 | 113 |
| グローバル化と模型の消費 | 115 |
| 模型のローカル化と「日本」 | 117 |
| 7-2 フィギュアと中国の工業化 | 119 |
| 中国のグローバル経済への参入 | 119 |
| ガレージキットからフィギュアへ | 120 |
| フィギュアブームと中国の工業化 | 121 |

| | |
|----------------------------------|----------------|
| ポスト・フィギュア時代の模型 | 123 |
| 7-3 実物大模型と疑似アウラ | 125 |
| 模型のデジタル化と実物大模型 | 125 |
| 実物大ガンダムと集合的記憶 | 126 |
| 「実物大」の物質性と疑似アウラ | 128 |
| 7-4 記憶と物体のメディア | 130 |
| グローバル化する模型と〈記憶〉 | 130 |
| 実物大模型と〈物体〉 | 131 |
| 現代社会における模型メディアの媒介性と物質性 | 132 |
| 終章 〈メディアとしてのモノ〉 | 133 |
| 8-1 模型のメディア史 | 133 |
| 模型メディア史のまとめ | 133 |
| 日本社会論との相違 | 134 |
| 模型メディアと「人」 | 136 |
| 8-2 メディアの物質性と媒介性 | 138 |
| 視座としてのメディア | 138 |
| メディアの媒介性 | 139 |
| メディアの物質性 | 140 |
| 8-3 〈メディアとしてのモノ〉 | 141 |
| モノの〈媒介性〉 | 141 |
| 〈メディアとしてのモノ〉の形成と変容 | 143 |
| 8-4 本論文の意義と今後の課題 | 145 |
| ポスト・デジタル化社会と「モノ」 | 145 |
| 今後の課題 | 148 |
| 文献 | 151 |

[図表一覧] (出典)

- 図 3-2 飛行機・自動車・機関車を描いた表紙 (『科学と模型』1930 年 4 月号)
- 図 3-3 東京府の玩具生産額の推移 (谷本 2005 : 235)
- 図 3-4a 全国学生科学模型展覧会の入選作品 (『科学と模型』1937 年 7 月号 : 14)
- 図 3-4b 戦前期の模型メディア
- 図 4-1a 戦時期の「玩具」出荷額 (単位・円、『工業統計』より筆者作成)
- 図 4-1b 『模型航空機教育教程』の表紙 (文部省編 1942)
- 図 4-1c 模型航空教育に特化した『模型』の表紙 (『模型』1943 年 4 月号)
- 図 4-2a 「模型は兵器だ」という『模型航空』の表紙 (『模型航空』1943 年 3 月号)
- 図 4-2b 『兵器模型』の表紙 (横井 1942)
- 図 4-4b 戦中期の模型メディア
- 図 5-1a 「快走」と名付けられた表紙 (『科学と模型』1946 年 6 月復刊第一号)
- 図 5-1b 萬代屋の「B26」 (1951) (櫻田 2009 : 33)
- 図 5-2a 「自由の女神」を描いた表紙 (『科学と模型』1952 年 1 月号)
- 図 5-2b タミヤによる全長 1m31cm の「1/200 日本海軍戦艦 武蔵」 (1959) (田宮模型編 2000c : 142)
- 図 5-3a マルサン「原子力潜水艦ノーチラス号」 (1958) (日本プラモデル工業協同組合編 2008 : 62)
- 図 5-3b タミヤ「1/35 ミリタリー・ミニチュア」シリーズ「シュビムワーゲン」 (1970) (田宮模型編 2000a : 1)
- 図 5-3c 「プラスチックモデルキット」と「木製がん具」の出荷金額 (単位・百万円、『工業統計』より筆者作成)
- 図 5-3d ハセガワ「1/32 零戦 52 型」 (1971) (平野 2011 : 6-7)
- 図 5-3e 塗装とマーキングの指示 (『モデルアート』1969 年 7 月号 : 20)
- 図 5-3f ジオラマを掲載したフジミ模型の広告 (1973)
- 図 5-4 戦後期の模型メディア
- 図 6-2a 「松本零土の世界」特集の表紙 (『ホビージャパン』1978 年 5 月号)
- 図 6-2b ガンプラの合計出荷数の推移、単位・個 (日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986 : 268-269、および『電撃ホビーマガジン』2010 年 9 月号に掲載のデータより筆者作成)
- 図 6-2c 『ホビージャパン』の別冊『HOW TO BUILD GUNDAM』 (1983)
- 図 6-2d 設定とともに掲載されたガンプラのジオラマ (『模型情報・別冊 MSV ハンドブック』第 3 号、1983 : 66)
- 図 6-3a 「特殊工作材料」を扱った記事 (『ホビージャパン』1981 年 1 月号 : 18)
- 図 6-3b 海洋堂がはじめて著作権取得したガレージキット「海底軍艦」 (1982) (日本プラモデル工業協同組合編 2008 : 256)
- 図 6-3c バンダイ「B-CLUB」による「改造パーツ」のガレージキット (1999)
- 図 6-4 ポスト戦後期の模型メディア

図 7-1a “Tamiya Model Magazine International” の表紙

図 7-1b フィリピンから日本への模型関係の輸入額推移（単位・千円、財務省『貿易統計』より筆者作成）

図 7-1c 日本から米・英・香港・中国（本土）へのプラモデル関係の輸出額推移（単位・千円、財務省『貿易統計』より筆者作成）

図 7-1d 正規版と海賊版のプラモデルの違いを啓蒙するチラシ（2012）（「C3 HONG KONG 2012」にて入手）

図 7-2a 海洋堂の「おまけフィギュア」（「海洋堂フィギュアミュージアム黒壁 龍遊館」にて筆者撮影）

図 7-2b 中国から日本へのフィギュア関係の輸入額推移（単位・千円、財務省『貿易統計』より筆者作成）

図 7-3a お台場の「実物大ガンダム立像」（2012、著者撮影）

図 7-3b 静岡の実物大ガンダムに「触る」来場者（2010、著者撮影）

図 7-4 現代の模型メディア

〔初出一覧〕 ※いずれも大幅に加筆修正している

第 2 章：松井広志，2013a，「ポピュラーカルチャーにおけるモノ——記号・物質・記憶」『社会学評論』63(4)，503-518.

第 6 章（一部）：松井広志，2012a，「メディアコンテンツの〈物質化〉と集合的記憶——模型製作についての語りを手がかりに」『人文論叢』40，1-20.

第 7 章（一部）：松井広志，2012b，「物語・記憶・擬似アウラ——『実物大ガンダム』の〈魅力〉と物質性をめぐる考察」『KG 社会学批評』1，109-119.

字数・173,907 字（400 字×435 枚相当）

*歴史的資料の引用に関しては、読みやすさを考慮して、一部旧漢字・旧仮名遣いを書き改めた。

序章 問題設定

0-1 研究の背景

本研究の目的は、社会におけるモノとメディアの価値を再考することである。これは、従来の社会学における人間中心主義を相対化し、メディア論における技術決定論と社会反映論の対立を乗り越えることにつながる。この目的のもと、本論文では〈メディアとしてのモノ〉というテーマを設定した。先に本稿の目的と主題を端的に提示したが、以下で順を追って、研究の背景、主たる問い、研究の対象、記述方法と資料について詳しく述べていきたい。

現代社会の特徴のひとつとして、インターネットとデジタル・テクノロジーの普及にともなう「脱物質化」がしばしば指摘される。例えば、考古学者の C.レンフューは、今日のコミュニケーションと物質の間の分離について、コミュニケーションがますます「電子的でそれゆえもはや有形ではな」くなっていると述べている (Renfrew 2003 : 185-6)。これは社会の全域に及ぶ動きであって、日常的なメディア受容においても顕著である。Eメールでの情報伝達、電子ファイルによる音楽聴取といった領域から本格化したデジタル化の流れは、動画投稿サイトでの映像視聴や電子書籍での読書といった形で急速に進んでいる。インターネットを中心とする情報空間においては、すべてのメッセージが、文字も映像もデジタルデータとして分け隔てなく「メディア中立的に」伝送される。こうした状況では「もはやメディア形式を問う意味を見出せない」ゆえに、M.マクルーハンによる「メディアはメッセージ」の命題が失効したともいわれる (丸田 2008 : 155-159)。

こうした社会では、近代初期に大きな変質を見た芸術作品のさらなる変容が生じる。遠藤薫は、W.ベンヤミンの複製技術論を発展させて、現在を「メタ複製技術時代」と呼ぶ。すなわち、19世紀末以降の複製技術は、フィルムに焼き付けられた映像や、レコードとしてプレスされた音声のように、実在する物体としてリアルな物体としての「複製」を可能にする技術であった。それに対して、現在グローバルな空間に広がっているのは、デジタルデータ化され、実体や場所をもたない抽象世界での情報自体の再製（再創造）を可能にする「メタ複製技術」である (遠藤 2013 : 8-9)。

長い間「物質的なモノ」を収集・保存する場所として同定されてきたミュージアムが、「有形の文化財」だけではなく「無形の文化財」も対象とするという自認を行ったことは、メタ複製技術時代のひとつの象徴と考えられる¹。近代初期に制度化されたミュージアムの

¹ 2007年に改定された、イコム (The International Council of Museums) 規約・第3条第1項の定義によれば、ミュージアムは「有形、無形の人類の遺産とその環境を、研究、教育、楽しみを目的として収集、保存、調査研究、普及、展示をおこなう公衆に開かれた非営利の常設機関」とある。なお、引用にあたっては、ICOM 日本委員会による日本語訳を用いた (https://www.j-muse.or.jp/icom/ja/pdf/ICOM_regulations.pdf)。

こうした変容は、従来の「ミュージアム」についての議論の再考を迫るものである（村田 2013 : 4-6）。

激しい社会変動のもとでは一般に、感情論を含めた賛否両論の激しい応酬があるが、デジタル化をめぐる言説でもこうした事態は同様である。一方でデジタル化やインターネット化の闇雲な称揚が、他方でアナログ的な物質性に対するノスタルジックな主張が、ともに見られる²。しかし、2010 年代に入ってから、デジタル化／反デジタル化という二項対立を超えて、デジタル化がアナログ的な世界と相補的に展開していくという方向の議論も出てきている。例えば、C.アンダーソンは、デジタルな「ビットの世界」が経済上の変化は巨大な影響を私たちにもたらしたが、それでも、経済全体の規模からは全体の五分之一にすぎないことを数量的データから指摘する。したがって、ビットの世界での変革が、場所やモノの存在する現実の「アトムの世界」に影響を与えることで新たな産業革命がはじめて起こるという（Anderson 2012=2012 : 15）。

こうした観点からアンダーソンが主に取り上げるのが、3D プリンタの話題である。実際、アンダーソンの主たる言及対象であるアメリカ合衆国だけでなく、日本でも 3D プリンタは現在的な話題としてしばしば取り上げられている。こうした事態が「ビットの世界」と「アトムの世界」の関係を再考させることはたしかにあるだろう。現代社会がメタ複製技術時代であることは間違いないにしても、そこでの物質的なモノの意味は低下するどころか、新たな重要性をもってきている。

しかし、さらに重要だと思われるのが、私たちの日常的な文化を構成する「メディア」との関係である。19 世紀末以来の複製技術の発展に加え、20 世紀を通じた映像メディアの発達、21 世紀のインターネット化とデジタル化によって、現代社会ではあらゆる文化が「メディア化」（mediated）されている。消費社会が高度化した時代に J.ボードリヤールが「消費されるためには、モノは記号にならなくてはならない」（Baudrillard 1968=1980 : 246）と語ってから 40 年以上経過した現在、あらゆるモノはすでに記号化し「モノそのもの」としては存在しえなくなっている。社会学の領域では、メディア文化を分析する重要性が増してきたことは、繰り返して主張されてきた。それは、電話やテレビ、パソコンなどのメディアの私たちの日常への浸透を、吉見俊哉が「メディア時代」（吉見 1994）と呼んだことに象徴されよう。

その結果として現代社会では、R.シルバーストンがいう「メディア文化がさらに強大なものになっていくという亡霊のようなイメージと向き合っている」（Silverstone 1999=2003 : 27）ような感覚が、私たちがもつリアリティの一部になっている。こうした感受性の背景には、現代社会においてモノとメディア文化がおかれた状況があるだろう。そこで

² 例えば、U.エーコと J-C.カリエール（2009=2010）は、紙の本の魅力とそれへの愛着について、さまざまな視点から語っている。

は、モノのリアリティは次第に失効していき、「リアルなもの」(the real)が「ヴァーチャルなもの」(the virtual)に取って代わられた、あるいはむしろ「ヴァーチャル」が全面化し「リアル」それ自体になったといった指摘がなされてきた(Lévy 1998=2006 : x iii)。

しかし、本研究では、こうした見解をふまつつも、少し別な地点からの問いを提起したい。上述したように、デジタル化によってリアルがヴァーチャルに取って代わられるという指摘がある一方で、物質的なモノがいま改めて注目される動きもあった。そこで立ち止まって考えたいのが、私たちがリアリティを得るために、「媒介」として「モノ」がなぜ必要になるのかという根本的な問題についてである。

別の側面からこうした事態を考えると、「モノ」(thing / object)や「物質性」(materiality)といった概念への再考を促す局面でもあるだろう。一見、インターネットをはじめとする情報空間のなかでは、個々のメディアの物質性は意味をなさず、メディア形式は無化しているように見える。だが、そうしたデジタルデータでさえ、私たちは物理的なデバイスを媒介にして感受している。未来社会において脳が直接ネットワークにつながるようなSF的状况が出現しない限り、身体的な存在である人間にとってモノとしてのメディアの重要性がなくなることはない。さらに、インターネット空間を離れたメッセージや情報一般について考えると、私たちは今日でも、圧倒的大多数の部分を最終的には物質的なモノの水準で受け取っている。情報と物体の複合物が複製されていたこれまでの時代とは異なり、メタ複製技術時代には情報そのものが複製されるという状況はたしかにある。しかし、そうした状況だからこそ、前提となる「モノ」とは何かを根本的に再考することがますます重要になってくると思われる。

本論文で「モノ」にいま改めて注目するのは、その消失を論じるためではない。むしろ、そこで前提にされている「モノ」とは何なのかを「メディア」との関わりから再考していきたいのだ。本研究の意義は、こうした考察によって、「人と人」に加えて「人とモノ」が形成する社会像を示すことである。

0-2 主たる問い

前節では、本論文の問題意識と目的について、現在の社会状況と関連づけて述べてきた。本節では、論文全体での問いを明確に提示しておきたい。本論文の主たる問いは、以下の3つである。それぞれが異なった水準で、社会学やメディア研究における今日的課題と関わっている。

- ① 〈メディアとしてのモノ〉はいかに形成され、変容していくのか？
- ② 特定の社会において、あるモノがどのようにメディアとして構想されてきたのか？

③ 日本社会において、どういうモノが「模型」として認識され、その〈実物〉との関係を人々がどのように理解してきたのか？

そもそも、メディア研究のキーワード辞典においては、「medium とはつまるところ何なのかと考えてみると、それは、信号をコミュニケーション手段として移動させるため、二者のあいだを介在する物質」という定義が記されている（Bennett, Grossberg and Morris 2005 : 315）。このような説明では、メディアに物質性があることは自明の前提になっており、メディアが物質と同義であるかのようにも思える。しかし、物質あるいはモノは、果たしてメディアと「同じ」なのだろうか。さらに、もしそうでないとすれば、「モノ」と「メディア」はどのような関係にあるのだろうか。

科学社会学者の B.ラトゥールは、社会の構成要素であるアクターに「人間」だけでなく「非・人間」を含んだ「アクターネットワーク理論」を提唱している。そこでは、それぞれのアクターは物質かつ記号として互いに働き合い、各アクターの性質は常に他のアクターとの関係に規定される（Latour 1999=2007 : 88-95）。また、英文学者・メディア研究者の B.ブラウンは、物質そのものである〈モノ〉（thing）と記号化された〈対象〉（object）とを理論的に弁別したうえで、主体（subject）がある物体へどう関わるかによって、それは〈モノ〉にも〈対象〉にもなるという「モノ理論」を提示している（Brown 2001 : 3-4）。

現代の社会学やメディア論のこうした知見からは、ある「モノ」がはじめから「メディア」なのではなく、特定の物質的なモノが社会における主体との関係によって、固有の媒介性と物質性をもつ「メディア」として立ち現れてくるという発想が得られる。本論文では、このような意味でのメディアとしてのモノを、特に〈メディアとしてのモノ〉と表記し、中心的な主題とした。

ここで、鍵概念である「メディア」と「モノ」について、本論文なりの定義を行っておきたい。まず、「メディア」は「人と、他の人・モノ・情報とをつなぐ、モノあるいは非モノ」とする。ここで非モノも含むのは、（もちろん、現在の社会ではいまだ物理的なデバイスが最終的には要請されているにしても）非物質的なデジタルデータ自体も、原理的には「メディア」の範疇に入るからだ。実際、前節でみたように、メディアのデジタル化・非物質化は現在のメディア研究の重要な課題になっていた。そのことをふまえて本論文では、ひとまずこうした包括的な意味でメディア概念を用いたい。

次に、「モノ」を「物理的な実体を備えた立体物」と定義しておく。もちろん、最も広義にモノという概念について考えると、「情報」の対義語としての捉え方もできるだろう。こうした定義を追求するならば、「モノ」は「言語で定義できない余剰」として立ち現れることになる。しかし、そうした定義を採用すると、言葉で行う営みである社会学の経験的研究の対象として記述すること自体が難しくなってしまう。そのため、こうした根本的思考をふまつつも、本論文では、私たちが通常の社会生活で「モノ」と言うときの実感

にも近い上記の定義を採用した。また、ここでの「モノ」の定義は、「場所」や「空間」といった概念とは（もちろん関係はするが、相対的に）区別される。たしかに、場所や空間の概念は近年の社会学でしばしば注目されて、関連する研究も蓄積されている。しかし、本論文では、相対的に見過ごされてきた領域を研究対象として意識化するために、あえて場所・空間以外の、物理的な立体物自体を「モノ」と表記したいのである。さらに、いわゆる「二次元」的な領域、例えば映像やウェブ空間において描かれた擬似的な立体物は含まない。比喩的な表現ではない「リアルな実体」が、本論文における「モノ」の定義である。

このような「メディア」と「モノ」の定義を重ねると、〈メディアとしてのモノ〉という概念は、「人を、他の人・モノ・情報とつなぐ、物理的な実体を備えた立体物」をさすことになる。

以上で述べた〈メディアとしてのモノ〉の暫定的な定義をふまえて、「①〈メディアとしてのモノ〉はいかに形成され、変容していくのか」という、本論文における最も基底的な問いが提起される。この問いは、メディアの媒介性と物質性を原理的に再考することと関係する。そのため、〈メディアとしてのモノ〉をめぐる考察は、社会学やメディア研究における人間中心主義的な記述を批判することにつながるだろう。

また、〈メディアとしてのモノ〉の形成と変容について明らかにするためには、実際の社会的文脈のなかで、あるモノがメディアとして人々に構想され、受容されてきた具体的なプロセスについての検討が必要になってくる。したがって、「②特定の社会において、あるモノがどのようにメディアとして構想されてきたのか」という問いが、合わせて提起される。この問いは、本研究のメディア分析の知見を、従来の社会学的議論と照応することで明らかになると思われる。

さらに、社会的文脈をふまえた〈メディアとしてのモノ〉の検討に際しては、経験的研究が可能な分析対象を設定しなければならない。〈メディアとしてのモノ〉の典型的なあり方として本研究が見出したのが、日本社会における「模型」という研究対象である。そこで、「③日本社会において、どういうモノが「模型」として認識され、その〈実物〉との関係を人々がどのように理解してきたのか」という問いが見出せる。この回答は、本論文のメディア史分析を行うことで得られる。

では、なぜ他の対象ではなく「模型」なのだろうか。次節では、〈メディアとしてのモノ〉というテーマから「模型」という研究対象を選ぶ理由について述べていきたい。

0-3 研究の対象

なぜ「模型」か？

〈メディアとしてのモノ〉の社会学的研究においては、日本社会における「模型」という研究対象が提起される。言葉とモノの関係に注意して正確に定義すると、本稿の「模型」は〈日本語で「模型」と呼ばれているモノ〉をさす。

その理由は、「模型」と〈実物〉との関係にある。現在の日本語で模型という語を引くと、おおむね2つの意味で理解されていることがわかる。例えば、『大辞泉』（小学館国語辞典編集部編 2012）では、2つの項目に分けられており、それぞれ「実物の形に似せて作ったもの」と「鑄造のための原型。鑄型」と解説されている。また、類語として「雛形」や「ミニチュア」、関連語として「モデル」という外来語が挙げられている。

なお、対応する英語に関しては、a model airplane（飛行機模型）、a plastic model（プラスチックモデル）、a life-size model（実物大模型）、a scale model（スケールモデル）というように、「模型」は“model”という単語と大きく重なる意味をもつ。しかし、人体模型をa lay figure、艦船模型をa miniature shipというように、場合によっては“figure”や“miniature”と対応して「模型」という言葉が用いられることもあり、一義的に英語に置き換えられない独自の意味をもつ³。

実際、model の日本語における直接的な対応語としての「モデル」という言葉は、自然科学に端を発する学術的な概念として社会学でも用いられてきた。ただ、例えば『現代社会学事典』では、「モデル」という項目が太郎丸博によって執筆され、「現実世界や社会学理論を単純化・明確化・デフォルメすることによって作られた心的構築物で、現実を見るためのアナロジーとして作用するもの」として、「モデルの中核は数式で表現されるのが典型的であるが、プログラミング言語や日常言語で表現される場合もある」（太郎丸 2013 : 1261）という説明が与えられている。こうした説明では「現実」との関係などの点で「模型」と共通する内容も見られるものの、中心となっているのは数式やそれをアウトプットした図像やCGなどの、計量モデルや数理モデルを念頭においた説明である。ここから日本語の「模型」が、外来語の model とある程度対応しつつも、実際には固有の対象を分節化する概念であることがわかる。

先に確認した「実物の形に似せて作ったもの」と「鑄造のための原型」という2通りの定義は、現在出版されている他の日本語辞典でもおおむね同様の記述が見られる。こうした「模型」の語義において〈実物〉との関わりを考えると、実に奇妙な事態に気づく。すなわち、前者の意味では〈実物〉が先に存在しており、「模型」はそれを似せて形にした

³ なお、*Oxford English Dictionary*によれば、model という語の大意として、“Representation of structure”、“Type of design”、“An object of imitation”が挙げられている（Simpson 1989 : 940-942）。特に3つ目の語義に関しては、「模型」と大きく重なると思われる。

ものだ。しかし、後者の語義では、複製品である鑄造に先立つ原型が「模型」となる。このように、「模型」が〈実物〉の後か前のどちらに作られるのかという点で、模型というモノとその外部（当該社会における〈実物〉）に異なる前後関係があることがわかる。

「模」と「型」

では、こうした語義は、過去に遡るとどうだったのだろうか。当然ながら「模型」は、漢字の「模」と「型」から成る。古代からの漢字の字義を整理した『字通』（白川 1996）によれば、「模」はもともと「模範・法式とすべきもの」や「木に刻してその形や模様を定めて、範形を作ること」を意味した。漢籍における具体的な用例でも、一方では、手本を意味する「模楷」や「模範」のように、後に想定される何らかの物体より前に「模」が存在する場合がある。他方、まねをするという意味の「模倣」や「模擬」のように、何らかの実体が先にあって後から「模」が行われる場合もある。また、「型」という字はもともと「火を加えて堅くなった鑄型を、刀で解く意」であり、具体的には「いがた、かた」や「手本、形式」を意味する。「模」と「型」を合わせた用例はみられないが、先に挙げた「模」の二重の意味と、「模」と「型」に共通して「手本」という意味が見られたこと、また「型」は具体的で物質的な意味が含まれていたことには注意しておく必要があるだろう。

次に、日本の古語における模型に関する語義を確認していく。『角川古語大辞典』（中村・岡見・阪倉編 1984）によれば、「模」は「も」という音で「かたどったもの」や「手本」を意味した。また、「模す」という動詞もあり、「模に似せて作る」意味である。さらに、「かたぎ」という言葉があり、こちらは「模」や「型木」という異なった表記がある。「かたぎ」という言葉のこれらの表記は、前近代においてすでに「模」と「型」とが近接する意味をもっていたとも解釈できよう。「かたぎ（模／型木）」は、「布や紙にすって染めつけるために、模様や文字を彫りつけた板」という版木であるが、それに加えて「基準となるべき型」という〈実物〉に先行する意味が含まれていた。そして、「かた（形・型・像）」は、「外面から知覚できる物の姿や輪郭」というのが基本的な語義であり、「物の外形。個々の物の外面に現れた形態」といった物理的な物に関わる意味で使われることもあった。さらには、「現実の形を模して作ったもの」という現代の「模型」に近い用法も見られる。こうした「かた」の語義においては、「現実の形」が先行しており、それを後から模して作ったのものを意味している。しかし逆に、「模」の語義と同様、逆に「あるものの形を作り出すための道具」という、「あるものの形」に先行して存在する用法もあった。

以上の検討からは、古語において「模型」という概念自体は見られないにしても、「模」と「型」のそれぞれに〈実物〉と前後する関係、あるいは物質性をもった存在としての意味を含むことがわかった。

「実物との関係」と「物質的なモノ」

近代以降の日本での具体的な「模型」の使われ方やその言葉がさすモノの変遷についての検討は第Ⅱ部で行っていくが、前項で確認した言葉の由来からは「模型」の2つの重要な意味上の特徴が導出される。

第一に、「物質的なモノ」であることだ。「模型」が〈実物〉を模す際には、物理的実体をもつ立体物であることが必要となる。言い換えると、物理的な形として「模す」ことが「模型」が存立する契機になっていた。これは、前項で確認したように「型」という概念に強く見られたが、実は「模」の方にもそうした意味はあった。このことは、物質性を備えた「モノ」のひとつの研究事例として「模型」が適切な対象だということを示している。しかし、この要素だけでは、同じくモノである人形やモニュメント、彫像などを研究対象としてもよいことになる。そこで重要になってくるのが、次の〈実物〉との関係である。

第二に、模型の〈実物〉との関係がある。そもそも「模する」という行為は、その対象として外部にある何らかの存在を参照しなければ成立しない。重要なのは「模す」対象となる〈実物〉は、「模型」以前にすでにある存在だけでなく、未だ存在しないものも含んでいることだ。前者の場合は〈実物〉が先で「模型」が後となるが、後者の場合は「模型」が先で〈実物〉が後となる。この前後関係の二重性が、前項の冒頭で確認した現在の日本語辞書での2つの語義の前提であったと考えられる。このことを敷衍すると、「模型」は、〈実物〉と私たちをつなぐメディアであるという仮説が得られる。さらに、個々の受容者はそうした〈実物〉を「模す」ために模型を製作している。すなわち、「模型」は「模す」という製作実践を通して、隣接領域の他のモノより明示的・能動的な媒介性を備えていることになる。

以上をまとめると、物質的なモノであり、製作実践を通じて〈実物〉を「模す」メディアであることが、「模型」を研究対象にする理由となる。このような性質をもつ対象であるがゆえに、模型の社会学的分析を通して、〈メディアとしてのモノ〉について考察することができるのである。

例えば、今日の模型ではプラスチックモデルが主流であるが、プラスチックという素材が模型に用いられるのは、けっして自明なことではない。模型の媒介性をめぐる何らかの変化があったことによって、そこにプラスチックという新材料が取り入れられたと考えられる。また、材料自体が供給される物質的・技術的・経済的背景も必要である。このようにして成立したプラスチック製模型は、モノであることに由来する固有の物質性をもつ。そうしたプラスチックの導入による物質性の変化があると、模型の媒介性自体、以前の材料のときと同じではいられないだろう。これは、プラスチックの導入をめぐってのみ起こった特殊一回的な出来事ではなく、模型というメディアで幾度も生じてきた事態である。すなわち「模型」は、近代化の初期から現在まで、特定の歴史的社会的背景のなかで、新

材料を取り入れつつ、その物質性と媒介性を変えてきた。

以上で挙げたプラスチックモデルはひとつの例であるが、こうした模型史の長期にわたる文脈的な検討によって、前節で立てた問いに答えを出すことが期待できる。したがって本論文では、模型メディア史の分析によって、〈メディアとしてのモノ〉の形成と変容のひとつのありよう（パターン）を描き出す（索出する）ことを目指していく。

0-4 先行研究

オタク文化論と産業論

本節では、日本社会における「模型」をめぐる先行研究を整理しておきたい。まず、模型を「オタク文化」として位置づける産業論や文化批評がある。近年、模型はアニメやマンガ、ゲームの近接領域として理解され、「クール・ジャパン」政策の重要な領域である「ホビー産業」のひとつとして国策的に注目されている。こうした背景のなかで、例えば、プラモデル産業の研究（尹 2011）が行われている。ここでは、日本が世界的な競争力をもつのは、実はマンガやアニメ産業より、ゲーム産業やホビー産業であることが注目される。そのうえで、ホビー産業の重要な部分領域としてプラモデル産業の経済的な実態が明らかにされている。尹の議論は、例えば、野村総合研究所オタク市場予測チーム（2005）のようになりふれた「オタク市場」論に比べると、アニメやマンガといった対象に比べて研究が不足していたプラモデル産業について、具体的な数字を挙げて検討したという意味で優れているといえる。

こうした産業論的研究の他には、「オタク文化」としての評論がある。「オタク」という概念は文化批評のなかで 1980 年代以来大きな注目を集めてきた。そのためオタク論は数多く存在している（例えば、岡田編 1998）。しかし、この種の議論で模型が語られる場合、あくまで題材となる作品文化に還元されて位置づけられ、その「モノ」自体の性質は顧みられることがない。表象や記号的側面からの議論に終始するこの種の議論は無意味ではないにしろ、きわめて限定された語り方である。

民俗学と人類学

一方、現代の「ガレージキット」⁴や「フィギュア」の淵源として、日本古代の「ひとが

⁴ 「自宅のガレージ程度のスペースで製造可能な模型」（日本プラモデル工業協同組合 2008：250）と定義される。ガレージキットは、1980 年代におけるレジンなどの造形技術の革新とその普及を背景にして広がり、個人や小さい組織での少量生産が可能になったことがこれまで大手の模型メーカーから発売されることのなかったマイナーなキャラクターの模型を可能にした。ガレージキットの普及が、1980 年代後半以降の「美少女フィギュア」の一般化や、2000 年代前半の「おまけフィギュアブーム」の前提となった。辞書的な説明すればこのようにな

た」や江戸期の「妖怪玩具」に連続性を見出そうとする民俗学的研究がある（香川 2005、2012）。しかし、こうした研究は古代以来の「日本文化」のなかにフィギュアの「起源」を探そうとするあまり、前近代の人形と現代のフィギュアを直結してしまう傾向がある。ここに欠けているのは、近代以降のメディア史としてフィギュアを捉える視点である。実際には、日本社会において「フィギュア」と呼ばれるモノについては、戦後期におけるスケールモデルからキャラクターモデルへの相対的な比重の変化や、プラスチックやレジンなどの新素材の模型への導入といった複製技術が、そのカテゴリーを成立させる重要な契機となってきた。したがって、後の時代から遡及的に作られた理解ではなく、当時の歴史的文脈のなかで模型がどのように形作られていったかということを丁寧に論じる作業が要請される。

また、『機動戦士ガンダム』のプラモデル、すなわち「ガンプラ」に注目した人類学的研究もある（川村 2014）。川村は、ポストモダンにおける人とモノの関係性を考察するために、グローバル化した市場経済やメディア状況を視野に入れつつ、ガンプラをフェティシズムという視点から分析している。そこでは、大塚英志による物語消費論（大塚 [1989] 2001）が批判的に言及されつつ、記号情報に回収されない「人とモノの関係」が探求されており、人類学／社会学とディシプリンは違えど、本論文に近い問題関心からの研究であるといえる。しかし、大きく異なる点が2つある。まず、「メディア状況」をふまえた分析と主張されてはいるものの、そこでいう「メディア」は雑誌メディアのことであり、具体的には模型雑誌をさす。もちろん、模型誌は模型文化を考えるうえで不可欠のメディアであり、本論文でも重要な資料として用いている。しかし、逆に言うと、模型というモノ自体もまた「メディア」であることについては、川村の論考では等閑視されている。さらに、研究対象が「ガンプラ」のみに照準しているので、その前後の模型史をふまえた考察になっていないことも批判点として挙げられる。それに対して本論文では、模型という「モノ」自体が「メディア」であると位置づけるとともに、長期的なスパンにおいてこうした「モノとメディア」の関係を捉えていく。

文化社会学とメディア史

次に、文化社会学やメディア史の領域に目を向けると、模型と関わる対象についての研究が少数ではあるが存在してきた。これらの研究上のアプローチとその分析結果は、本論文とも大きく関わるものである。

辻泉（2008a）は、近代化以降の日本社会における少年文化を鉄道という対象から詳細に分析した。ここでは、「鉄道」というメディアの重要な受容のあり方として「模型」が

るが、ガレージキットをめぐる動きは模型のメディア史として重要なので、詳しくは第6章および第7章で論じていく。

位置づけられている。たしかに、鉄道は多くの時期で模型の主要な題材であって来た。そのため辻の研究は、具体的なメディア史の記述において、本稿と重なる部分も多い。特に、戦前期と戦後初期に関しては大いに参考にすべき知見を含んでいる。しかし、同時に重要なのは、鉄道ファンの行動には「撮り鉄」や「乗り鉄」といったように、模型とは別の受容もあるという事実である。逆に、模型の側からいうと、戦前期に最も盛んに作られたのは航空機の模型であり、鉄道はそれに次ぐ題材であった。また、戦後の 1980 年代には、鉄道やミリタリーものといった現実の存在だけでなく、アニメやマンガといったコンテンツに登場する架空のキャラクターを題材とする模型が主流となった。このように、鉄道と模型では具体的な実践領域において相当に異なる部分がある。これは、交通メディアとしての鉄道が、模型メディアとは別の系譜をもつことによるだろう。

また、戦記もののマンガなどに見られるミリタリー文化との関わりで模型を論じた研究（坂田 2011）がある。坂田は、戦後にブームとなったミリタリー模型を通して、教科書などに見られる公式の戦争をめぐる「知」とは違う、オルタナティブな戦争の「知」が形成されてきたことを論じている。さらにラジオ自作のメディア史（溝尻 2010）も本論文と重なる研究である。そこでは、戦後の科学やラジオに関わる雑誌の分析から、1950 年代の「ラジオ自作」が「模型製作」と近接する文化領域であったことが論じられている。これらのメディア史研究は、当該時期の「模型」に関わる動向として、本論文でも参照していく。

社会理論

最後に、模型についての原理的な考察（見田 [1984] 2012）がある。同書は直接的には宮沢賢治についての評論だが、そのなかで〈模型〉と〈標本〉についての理論が提示されている。見田によれば、一般的な意味での「標本」は「他のたくさん存在しているものを代表して体現するもの」（*ibid*: 21）である。だが、賢治の作品における〈標本〉は、〈化石〉や〈足跡〉のように、「すでにないものを、現にあるものとして現前するもの」（*ibid*: 22）であり、「現在（nunc）のなかに永遠を呼び込む様式」（*ibid*: 30）である。それに対し〈模型〉は、〈手の中の宇宙〉やレンズのように、「ひとつの局所の中に世界の総体が包摂されうる」（*ibid*: 32）のものであり、「この場所（hic）の中に無限をつつみこむ様式」（*ibid*: 30）だとされる。見田による以上の考察は、模型をメディアとして捉える際に基本的な枠組になりうる。ただ、ここで示されているのはあくまで模型についての原理的な思考であって、実際の歴史的な文脈をふまえた経験的な分析ではない。本稿では、このような〈模型〉や〈標本〉という理念型が、実際の模型をとりまく社会的文脈のなかでどのように現れてきたのかということ进行分析していく。

0-5 記述方法と扱う資料

メディア史と考古学的記述

では、以上のような「模型」について、どのように記述していけばよいだろうか。

同時代の文脈を重要視するメディアやそれをめぐる文化に関する研究は、1990年代以降盛んになった「メディア史」の分野で盛んに行われている。佐藤卓巳によれば、メディア史という学問領域は新しい歴史社会学であって、あるべき規範を示すジャーナリズム史と実証的な数値で示すマス・コミュニケーション史に対し、業界の外部から批判的に見ていく視点を特徴とする（佐藤卓巳 2013：7-8）。これは、M.マクルーハンのメディア論が歴史的な事例の分析を前提にしていることをふまえたもので、「メディア論はメディア史たらざるをえないこと」という命題が重視されている（*ibid*：11）。

メディア史は近年盛んに行われており、特にメディア文化を対象とした日本語による研究に限って挙げても、ラジオと未分化であった時代の電話（吉見・若林・水越 1992）、テレビCM（高野・難波編 2010）、初期映画の受容（長谷 2010）、「活映」（赤上 2013）など、数多く存在している。特に赤上裕幸は、鶴見俊輔の論考を引きつつ、当時はありうる未来として期待されながらも回想の次元で見落とされた歴史へのアプローチを「期待のメディア史」と表現している（*ibid*：25-30）。

以上のような現代のメディア史研究の多くは、M.フーコーの「考古学」（archaeology）の方法論を基盤にしている。フーコーは、古典主義時代における「狂気」の歴史研究（Foucault 1961=1975）を経て、近代的人間観と決別した「知」の考古学を行った（Foucault 1969=2012）。考古学は、ある時代に固有の考え方から過去を語るという点で、歴史の単線の展開を前提にする進歩主義史観や、思想を下部構造に還元する唯物史観へのオルナタティブとして提起された歴史の捉え方である。フーコーによれば、どんな思想にも暗黙の規則が含まれていて、これらの基礎が知の及ぶ範囲を限定していることが重視される。そのため、考古学的分析の対象は、個々のテキストではなく、テキストが位置する「遺跡」の全体的な布陣となるのである。

これを批判的に捉える論者も多く、例えばフーコーによる『狂気の歴史』に対しては、歴史学者を中心に数々の誤認が指摘されてきた。しかし、G.ガッティングによれば、こうした批判は的外れであって、フーコーの主張をひとつでも反例があれば退けられるような一般化を行ったものと判断すべきではない。考古学は、膨大なデータを全体として実りあるものにし、新たな研究方針を提起するかどうか、という点から評価されるべき研究なのである（Gutting 2005=2007：57-58）。

また、しばしば誤解されるように、フーコーの方法は「言説」をさまざまな社会的事象の基底とみなす考え方では全くない。フーコー自身が『知の考古学』で明言しているように、「非言説的な領域」（domaines non discouse）のうえに、言説の編成が分節化され

るのである。非言説的な領域とは、制度や組織、出来事、実践などを含む。内田隆三は、フーコーの『監視と処罰』における「刑罰についての言説」と「刑罰の執行装置」を例に挙げることで、言説と非言説的实践の関係について説明している(内田 1990:168-170)。すなわち、刑事司法の言説が求めるつぐないや社会化という要請をみたすために、監獄という行刑装置が用いられる。これは、言説と非言説的实践の関係が、記号と指示対象や構造的な対応関係ではなく、非言説的な実践が言説編成の「環境」(milieu)を形成していることを示している⁵。したがって、繰り返すが、フーコーは言説を社会現象の基底的な原因とみなしているわけではないのである。

上述したメディア史分析においても、当時の関心から資料を読み解き、ある社会における思考様式を明らかにしようとする研究の方法論は共通している。実際、上で挙げた文化社会学やメディア史研究のなかには、「考古学」の名前そのものを冠している著作も多い。フーコーによる考古学の方法を応用したメディア文化研究は、ある作品や事象をそれが生産された当時の時代背景と対照しながら分析することで、「メディア」や「文化」がどのような社会的文脈の中で成立したのかを明らかにするものである。こうした考古学は、模型を対象に〈メディアとしてのモノ〉が形成される場面を追っていく本論文にも適合的な方法だと考えられる。

歴史的資料の質的分析

では、模型のメディア史を記述する際の資料には、どのようなものがあるのだろうか。具体的な資料を整理する前に、分析方法として量的な内容分析ではなく、関係資料をできる限り用いて質的な分析を行うことの意味を確認しておきたい。

その主な理由は、「模型」という研究対象の特性とそれをめぐる資料の制約による。第Ⅱ部の歴史記述で用いる資料の詳細については各章で述べるが、模型に関する重要な一次資料といえる製品化された「模型」というモノ自体を体系的に収集している組織は存在しない。企業や博物館やコレクターによって保存されている、残存する貴重な個体によって断片的にその姿を伺うことができるのみである。また、模型に関する重要な資料である雑誌について、明治初頭から2000年代までの長期にわたって通時的に存在する雑誌はない。そのため、メディア文化史でも比較的短い時期を集中して扱う場合と異なり、例えばある

⁵ フーコーのいう言説の「環境」(milieu)である非言説的領域と、第2章で検討するM.アルヴァックスの集合的記憶を想起する「物的環境」(milieu matériel)は、同じ“milieu”概念が用いられているのみならず、ともに言語や記号、情報に還元されない「モノ」に関わる領域を示している。本論文は、こうした(フランス語圏の)哲学的・思想的な概念の検討を主眼にした研究ではないため、この問題には立ち入らないが、非言語的な「何か」としての「環境」(milieu)と「モノ」の関わりという問題系は、今後の課題として念頭においておきたい。

単独の雑誌についての量的な内容分析は、模型の長い歴史を対象とする本論文には不適當である。また、特に戦中期においては、雑誌資料の現物があまり残っておらず、欠号も多い状態である⁶。

もちろん、例えば『工業（工場）統計』のような長期にわたって継続している調査に基づく量的データは可能な限り活用していく。しかし、模型の歴史の記述の大きな部分を占めるのは、やはり模型製品や雑誌、年鑑、社史などであって、その全体も確定できず、体系的に現存しない資料である。そのため、残存する限られた資料のみの質的な分析となる。これらの条件から、できるだけ多くの資料を総合的に用いた記述によって、模型のメディア史を浮かび上がらせるという手法を取る。

資料の概要

第Ⅱ部で用いる資料の概略は下記ようになる。大きく6つの種類に分かれるが、以下でそれぞれの資料について順番に説明していく。

- ① 模型製品：「模型」は複製技術時代の大量生産品であり、日本では明治期以来、少しずつその製品としてのフォーマットを形成していった。これは、模型が工業製品としての一面をもつことに留まらず、材料やパッケージが送り手によって周到に準備されたことを意味する。また、受け手にとっては、模型は素材を自ら「作る」ことが必然的な実践として含まれる、強い能動性を要求される文化領域である。そのため、そこでの材料や説明書からなる製品構成は、製作のプロセスをある程度規定する。ただ、模型製作者は単なる模型製品の受け手ではなく、説明書の指示から大幅にアレンジすることは模型製作においては数多く見られる行為である。他で調達した部品を付け加えたり、素材自体を違うモノから流用するブリコラージュもしばしば行われる。しかし、そこでもパッケージの絵や画像はその模型を象徴するものと受け取られるだろう。以上のような意味で、材料と説明書、パッケージからなる模型製品は模型の重要な一次資料といえよう。なお、過去の模型製品の原物が体系的に保存されている場所は存在しない。そのため、各模型メーカーや個人のコレクターによる断片的な所蔵に頼ることになる。しかし、過去の模型製品を示すカタログなどの資料は比較的保存されており、間接的に模型の製品構成を知ることができる。本論文では、模型メーカーや個人に現物を直接閲覧させてもらった分に加えて、こうしたカタログや社史、関連資料に掲載された製品構成も参照していく。

⁶ 例えば、戦前・戦中期の代表的な雑誌である『模型』や『模型航空』は、国立国会図書館や大宅壮一文庫には網羅的に収蔵されていない。そのため、個別に残存する号のみを、図書館や個人のコレクターの収蔵から閲覧するか、あるいは古書店やネットオークションで購入するという手順になる。

- ② 模型雑誌：雑誌は、専門家の手で編集された「世界観を伝えるパッケージ化されたメディア」（吉田 2012：13）として専門分化したさまざまなメディア文化領域と大きなつながりを持ち、戦前から存在するマスメディアである。そのため、同じく戦前期に起源をもつ模型との関係を考えるうえで重要な一次資料となる。たしかに、模型製品それ自体がメディア性をもつと考えた場合、雑誌は間接的に模型と関わる二次的なメディアではある。しかし、模型の製作プロセスには、参考書としての雑誌メディアが重要な役割を果たしてきた。模型は単に題材が重要なのではなく、それを物体として実現させるためには製作の知識が不可欠である。そこで、専門の模型誌は製作をめぐる情報の重要な供給源、さらに製作模型の貴重な発表の場となってきた。個々の雑誌の概要については第Ⅱ部の各章で述べるが、戦前の『科学と模型』や『模型』『模型航空』、戦後の『モデルアート』『ホビージャパン』などが特に重要な模型専門誌として挙げられる。
- ③ 新聞：模型のメディア史に関わる新聞としては大きく分けて2つの種類がある。まず、一般紙における模型関係の記事がある。これは、一般的な水準での報道を確認するのに用いる。戦前期における新聞は最も影響力をもつメディアであり、総合的なメディア企業であった。先の雑誌のうち『模型航空』が毎日新聞社から発刊されていたことから模型と新聞社の関わりは何えるが、新聞本体にもまた模型関係の記事が見られる。戦後、特にテレビ放送開始以降は、新聞の報道メディアとしての影響力は徐々に低下しつつも、1990年代後半までは部数を伸ばし続けてきた。現在では部数の減少も始まっているものの、その社会的な信用度はまだまだ高い⁷。また、縮刷版やデータベースの整備によって、通時的に資料が利用可能であることも分析上の利点である。次に、模型の業界紙に『日本模型新聞』がある。同紙は1950年に発刊されて以来、現在まで月刊紙として存続している。業界紙という性質上、模型メーカーを中心とする送り手側の情報に偏っているが、模型の生産と流通に関わる通時的な資料としては有用である。そのため、補助的な資料として利用していく。
- ④ 官公庁による資料：公的機関による資料にも、模型に関わるものがいくつかある。そのなかで通時的に利用できるのは、『工業（工場）統計』での「木製模型」や「金属模型」、そして「プラスチックモデル」などの項目である。『工業統計』は、その前身に当たる『工場統計』が1909年に農商務省によって開始され、第2回は1914

⁷ 例えば、NHK 放送文化研究所「日本のマス・メディアに関する意識」調査（2002）において、新聞を「どちらかといえば信頼している」人は63.1%であり、NHKに次いで高い。

年、以降は毎年行われている。その後、総動員体制における変革の一環として 1939 年から『工業統計』となった。そのため、模型の出荷額を示す基礎的データとして利用可能である。また、戦前期の模型製作は、国民学校における「工作」授業の正課として教育カリキュラムに組み込まれていた。こうした模型教育関係の資料として、『模型教育教程』（文部省編 1942）などが現存しており、国会図書館で閲覧利用可能である。これは、特に戦前の模型メディア史の記述に用いていく。

- ⑤ 業界団体による資料：模型関係の団体が編纂した資料には、団体史や年鑑が利用可能である。まず、業界団体による年鑑がある。例えば、東京都科学模型教材協同組合（日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986）、静岡模型教材協同組合（静岡模型教材協同組合編 2011）、日本プラモデル工業協同組合（日本プラモデル工業協同組合編 2008）などが、各団体の記念の年に年鑑を編纂・発行している。これらは、歴史的には二次文献ではあるが、業界団体の内部からのまとめた資料として信頼できるものである。そのため、送り手の事情を中心とする模型メディアをめぐる出来事を伺い知るうえで重要な資料となる。
- ⑥ 模型メーカーによる資料：まず、模型メーカーによる資料としては、社史や PR 誌がある。社史の方は、田宮（田宮模型編 2000）、バンダイ（柿沼・加藤編 2007）、アオシマ（スタジオハード編 2001）などがあるが、模型メーカー自身やそれに関わる人間が編集したうえで、別の出版社から通常の書籍の流通ルートを通して出版されている。また、PR 誌の方は、田宮模型の『タミヤニュース』やバンダイの『模型情報』がある。これは、模型店などの特別な流通ルートに乗って販売されていた。そのため、利用しにくい資料ではあるが、模型メーカー自身や模型店、個人のコレクターが所蔵しているため、一部の巻号は閲覧可能であった。

0-6 本論文の構成

第Ⅰ部は、学説史と理論的研究の章からなる。第1章では、メディア文化にかかわる学説史を本論文の関心から整理していく。そこで焦点となるのは、社会学における「モノ」の研究と、メディア研究における「メディア」概念の再考という動向である。続く第2章では、以降の分析の前提として、メディア文化との関わりで「モノ」を位置づけた理論枠組について整理していく。

第Ⅱ部では、日本社会における模型のメディア史を記述していく。なお、第Ⅱ部における各章の節構成は、意味をもたせた分け方になっている。各章の第1節は、前の時代からの連続性をふまえつつ、模型と関わる当時の社会的文脈や先行研究の所説について概観し

ている。第2節では、科学模型、兵器模型、スケールモデル、キャラクターモデル、フィギュアや実物大模型といった、その時代における画期となった模型ジャンルを見出し、その形成過程の分析を行う。第3節では、木製模型、代用材、プラスチックモデル、ガレージキットなど、物質性の側面から捉えた模型について、材質や技術、産業、経済といった要素とともに記述する。最後の第4節では、上記3つの節の知見をまとめつつ、時空間のメディアとしての模型の媒介性について小括していく。

以下、それぞれの時代区分について簡単に述べておくと、第3章は、日本社会で「模型」という概念が成立した明治時代から1930年代までを扱う。次に第4章では、総力戦体制に組み入れられた1940年代の模型について論じる。そして第5章は、戦後すぐから1970年代までの動きを検討する。さらに第6章では、〈実物〉の範囲が虚構の対象まで拡大した1980年代以降を扱う。最後に、第7章では、2000年代以降から現在までの、グローバル化とデジタル化時代における模型の動向が分析される。

結論部の終章では、第Ⅰ部と第Ⅱ部の各章で明らかになった知見を展開することによって、序章で立てた問いに答えていく。

第Ⅰ部 〈メディアとしてのモノ〉をめぐる理論

第1章 学説史的背景——「モノ」と「メディア」の研究

1-1 社会学における「モノ」の再考

近代社会学と「モノ」の記述

そもそも社会学では、全般において「モノ」が中心的な課題になってこなかったように思われる。例えば『現代社会学事典』では、「モノ」や「物質性」といった項目は設定されていない。そこで本節では、社会学の学説史を簡単に振り返りながら、「物質的なモノ」への言及について概観したい。この作業は、社会学的なメディア文化研究においてモノという視点を導入する意義を考える前提となる。

「社会学」という学術領域は、近代初期の19世紀末において成立したものである。その背景としては、18世紀末に起きたフランス革命とその帰結への反省、19世紀ヨーロッパで台頭していたアナキズムへの対抗、「下部構造が上部構造を決定する」とするマルクス主義に対するオルタナティブな議論の提示といったさまざまな社会的・思想的動向があると言われている。そうしたなかで重視されることが多いのが、18世紀末にイギリスではじまり、19世紀に西欧に広がった産業革命による「工業化」という契機である。こうした工業化社会のなかで進んでいく社会的分業について、G.ジンメルは「社会化の形式」という観点から思考し、E.デュルケムは「社会的事実」として分析した。彼らはそれぞれの探求を通じて、個人を超えた社会の法則を明らかにすることを試みたが、彼ら2人の業績を本論文に引きつけるならば、その論考のなかにモノや物質性に関する分析を見出すことができる。

ジンメルにおけるモノに関わる思索は、「橋と扉」や「取っ手」といった社会哲学的論考に見られる。彼が社会的分析の中心においた社会化の「形式」(Formen)という概念の意味は、非・具体的・没・内容的のように感じられる一見した印象とは違って、人々の相互作用によって形成される社会における「ある程度の普遍性や規則性をもった人間たちの知恵」である。そのため、ジンメルのいう Formen を日本語では「諸形態」と訳すべきといわれることもある(新2004: 88-91)。このような柔軟な定義を念頭におくと、ジンメルの著作が(社会科学の一領域たる)社会学の祖のひとりという一方で哲学史において位置づけられることもあることが理解できる。

本研究の関心からは、社会の普遍的な法則としての形式を探求する文脈のなかで、身近で何気ないモノへの彼の深い洞察も展開されていることが重要である。例えば、「橋と扉」というエッセイのなかでは、結合と分離という形式についての考察が行われている。ジンメルによれば「私たちはどの瞬間をとっても、結合したものを分離するか、あるいは分離したものを結合する存在」(Simmel 1909=1999: 91)であり、橋が「自然が分離し、人間が結合するという形」、扉は「分離と結合が同じように…人間の作業として侵入してくる」(ibid: 96)存在として位置づけられる。このように「私たちの生のダイナミズムを

支配している諸形式は、橋と扉をつうじて、目に見える形態となり、確固とした持続性を獲得する」 (*ibid* : 99) のだが、ここで注目したいのは、「橋や扉の形には、そうした機能や目的が、いわば私たちを説得する造形性として凝固している」 (*ibid* : 99) という指摘である。つまり、ジンメルは自然物の分離を人間が結合する「橋」にしる、分離と結合をともに人間が行う「扉」にしる、機能性を形而上的ではなく、「造形性」として具象化・固定化していることにその価値の根拠を見出していたのである。

一方、デュルケムは、個人に外在する客観的な実在の力を重視し、そうした形態学的な社会の法則を明らかにした社会学者である。そうした「社会的事実」の形成に関しては、ある部分では象徴的意味を付与されたモノの役割が強調されていた。そうした研究のひとつとして、『宗教生活の原初形態』 (Durkheim 1912=1975) が挙げられる。同書でデュルケムは、宗教の最も原初的な形態であるアボリジニのトーテミズムを扱うことで、宗教や社会の本質を論じた。トーテミズムは神話的な集合表象の現れとされるが、それが空間において物理的なかたちをとったのが、氏族内において象徴的意味を付与されたモノや動物、特定の地理的領域である。そうしたモノとして、いくつかの部族にとって最も重要な宗教的祭具である「チュリング」が挙げられている。モノとしてのチュリング自体は木や石でつくられた単なる立体物にすぎないが、トーテムの図像が付けられているがゆえに聖なる意味をもつ。そうした図像の聖なる意味は、非人格的な原理、すなわち神によってその象徴的意味がもたらされている (*ibid* : 上 211-220)。デュルケムの命題としてよく知られている通り、ここでの神は社会とひとつのものである。したがって、チュリングのように、同時に神と社会の象徴であるトーテムが物理的空間に現前したものが、伝統社会におけるモノのあり方のひとつだといえる。

以上のように、社会学の古典においてモノに関する考察は見られ、ジンメルにおいては社会化の形式、デュルケムにおいては社会的事実の形成に一定の役割をもって論じられていた。特に、デュルケム社会学の流れをくむ M.モースや M.アルヴァックスにおいては、物質的なモノが一定の重要性をもって位置づけられている。特にアルヴァックスの集合的記憶論において重要な鍵概念となっているのが「物的環境」 (*milieu matériel*) であるが、これはモノの存在を重要な契機としている。しかし、その後の社会学では、こうした論点は次第に後景に退いてきたように思われる。

アナール学派の流れを汲んだ 1980 年以降の歴史学における記憶研究や、1990 年以降の冷戦体制の崩壊とイデオロギー対立の消滅を受けて、現代社会学におけるアルヴァックスの再評価が進んだ。そこでは英語圏でアルヴァックスの翻訳を主導した L.コーザーによるアルヴァックスの「現在主義」的な解釈 (Coser 1992 : 21-28) が中心を占めてきた。しかし、2010 年年代に入ってから、アルヴァックスのテキストにおいて実際には強調されている「環境」 (*milieu*) 概念を中心とする新たな集合的記憶論の読解が出てきている (金 2012)。しかし、そこでもなお「物的」 (*matériel*) という概念は軽視されたままである。

それに対し本研究は、アルヴァックスの集合的記憶論において物的、すなわちマテリアルな部分が重要な論点であるとする立場を取る。ただ本論文は、アルヴァックスの記憶論そのものの刷新が目的ではない。モノをめぐる論点をアルヴァックスのテキストから掘り上げ、現在のモノやメディア文化をめぐる研究を進める理論的手がかりとして応用していく。こうした記憶とモノに関する考察は、第2章で展開する。

社会学の発展と「モノ」の等閑視

前項で確認してきたように、初期社会学の著作においてはモノがしばしば考察の対象とされたにもかかわらず、こうした論点はその後あまり発展してこなかった。J.クリフォードによれば、西洋社会でモノが語られるときの2つの流れは「芸術」と「文化」であった。前者は、美術史という学問体系における語りであり、芸術性をもつ作家の「作品」として言及される。後者は、人類学のアプローチと対応する「民族的資料」としての位置づけである (Clifford 1988=2003 : 283)。

たしかに、J.ボードリヤールの消費社会論をはじめ、現代の社会学でモノが扱われているという反論もあるだろう。しかし、そこで実質的に論じられているのは、情報や記号、あるいはそれに関わる諸概念をめぐる問題である。モノは「物質性においてではなく、差異において消費される」 (Baudrillard 1968=1980: 246-7) という言明は、このことを端的に表しているように思える。

では、社会学においてモノが中心的な論点になってこなかった理由は、社会学という学のいかなる性質にあるのだろうか。「社会学とはどういう学問か」という問いはそれ自体巨大な問題であり、この問いに対して答えを出す作業はここでは行わない。ただ、いくつか説得力のある回答は存在している。そのなかで、佐藤俊樹は「常識をうまく手放す」と並んで、「社会が社会をつくる」というのが社会学で最も重要なキーワードだとする (佐藤俊樹 2011 : 35)。本論文で重要視したいのは、後者の「社会が社会をつくる」という命題の方である。佐藤によれば、近代初期に「社会学」という学問領域が制度的に成立した時の「仮想敵」が、この命題に関係しているという。そもそも近代経済学や政治学といった社会学以外の近代的な社会科学は、「社会が個人をつくる」という考え方に基づいてきた。そうした正統的な近代社会科学の常識に反して、社会学は「社会が社会をつくる」ことを基本的な視座とした (佐藤俊樹 2013 : 4)。

その他に、初期の社会学が成立する際には、マルクス主義への対抗があったことはよく知られている。例えば、M.ウェーバーの研究は、部分的にマルクス主義批判が含まれているといわれる (Abercrombie, Hill and Turner 2000=2005 : 252-3)。マルクス主義の前提には「下部構造が上部構造を決定する」という命題がある。そうした経済を中心とする物質的なものを社会の決定要因とする唯物論を社会学は批判してきた。

しかし、こうした社会学という知の成立の背景自体が、「モノ」を等閑視する前提とも

なったのではないだろうか。つまり、前者については、個人の集合の総和以上のものとして社会を考えつつも、「個人」を基礎的単位とする前提自体は残ったと考えられる。これは、社会調査の単位として、基本的には「人」を対象とすることに端的に表れている。また後者については、唯物論への批判が単に経済還元論や技術決定論の否定に終わらずに、「物質性」そのものへの軽視へとつながったのではないだろうか。こうした人間中心主義とモノの軽視を批判したのが、次項で述べる B.ラトゥールらの研究や、アーキテクチャ論、社会史の影響を受けた歴史社会学である。

現代社会学と「モノ」の再考

しかし、1990 年代以降は社会の構成要素として人間だけではなく、モノを含めて記述する立場がいくつかの社会学的研究から出てきている。その動きは以下で述べる科学社会学、監視社会論、歴史社会学の分野に顕著に現れている。

そのなかで最も有名なのは、B.ラトゥールが M.カロンとともに提唱した「アクターネットワーク理論」(Actor Network Theory)である。ANT は独特かつ複雑な論理構成をもつが、その理論的主眼は「非・近代」という立場から科学的知の形成への根本的な批判にある。そのため、科学社会学における革新的議論として理解されることが多く、その近代批判の議論は、けっして本論文における「モノ」という論点には収まらない多岐にわたる内容を含んでいる。

そのうえで本研究の関心から限定的に述べると、「モノ」を社会の構成要素としていることが重要である。ANT における「アクター」は、社会を構成する単位である。この概念の独創性は、社会の構成要素として、近代の諸理論が前提としていた「人間」だけでなく、機械や道具などの「非・人間」すなわち「モノ」をも含むところにある。また、それぞれのアクターは物質かつ記号として互いに働き合い、各アクターの性質は常に他のアクターとの関係に規定される。そして、こうした記号と物質の「複合体」が社会を構成するとされる (Latour 1999=2007 : 88-95)。

ANT におけるモノの位置づけを端的に表すのは、ラトゥールが挙げる「キーホルダー」の事例である (Latour 1993)。あるホテルではルームキーを持ち帰ってしまう客が多かった。その対策として、まず口頭で客に注意しても効果がなく、次に「フロントに返却してください」というキーホルダーを付けてもうまくいかなかった。その後、キーホルダーの先に「重り」を付けることによって、ルームキーはフロントに戻るようになったという。この事例からは、ルームキーを戻すという道徳的行為が、人間のみに起因すると考えることはできない。キーホルダーというモノが、人間による「道徳的」とみなされる行動を引き起こしているのだ。

これに関連して近年の人類学では、モノを単に「民族的資料」としてのみ扱うような旧来の人類学的前提を排し、先に述べたクリフォードによる批判を受けとめたうえで「モノ

（もの）」について再考する「ものの人類学」（床呂・河合 2011）といった試みが出てきている。人類学におけるこうした動向は、本論文の問題意識とも重なっており、大いに参考にしていくべき知見である。

こうしたモノの復権は、2000年代に盛んになったアーキテクチャ論でも共通している。例えば、単なる抽象的な空間性ではなく、人間とは無関係に存在する、具体的な物質性が社会のなかで果たす機能が再認識されてきている⁸。これは、法学者の L. レッシング（1999=2001）がもともと建築学の用語であった「アーキテクチャ」をウェブ空間における（まるで建造物のように機能する）制度設計にさす概念として用いたことの影響が大きいだろう。現在では社会学でも、アーキテクチャをめぐる議論のなかで、例えば「まるでハードウェアがあるかのようなふりをしたソフトウェアの物質性」（加島 2011：206）といった言い方がさなれる。このようなアーキテクチャによる支配を強調する議論のひとつに、監視社会論がある（Lyon 2001=2002）。

また、1990年代以降の社会学では、歴史学における社会史の流れと呼応しつつ、日常生活におけるモノの存在を重視する研究が出ている。例えば、天野・桜井（1992）では、戦後日本の女性をめぐる家電や生活用品について、従来のイデオロギー中心の女性史ではなく、「モノがそれを使うヒトの感性をゆり動かし、生活のパターンを変える」（*ibid*：6）という問題意識から「モノと女」の生活史を記述している。こうした視座の研究はその後、「モノと子供」（天野・木村・石谷 2007）、「モノと男」（石谷・天野 2008）といった対象で継続している。ここでは、例えばパンスト、下着、ナプキン、避妊具といった身近なモノが記述の対象であり、生活文化との関わりが中心的な関心となっている。

さらに、これまでの文化社会学においても、モノとメディア文化との関係が全く考えられてこなかったわけではない。例えば、北田暁大による「広告」をめぐるメディア社会的分析（北田 2000）においては「広告に関する言説（コト次元）と広告メディア（モノ次元）を分けたうえで、両者の相互作用を描く」（北田 2010：69）ことが研究上の方針となっていた。ただ、こうした議論でも、社会的な水準にある「言説」と「メディア」の次元は区別されているものの、「メディア」が「モノ次元」と言い換えられており、メディアとモノの関係は明確にされてはいない。

以上のような社会学におけるモノの復権とも呼べる流れを意識しつつ、本論文では、科学的知や生活文化とのつながりだけではなく、メディア文化と密接に関わる「モノ」に注目していきたい。もちろん、ここで主張したいのは、マルクスによる下部構造決定論とは全く異なっている。これまでの社会学の伝統である「社会が社会をつくる」という命題は

⁸ 例えば、鈴木謙介は、L. レッシングによる人間をコントロールする4つの手段「法」「市場」「規範」「アーキテクチャ」の仕組みのうち、はじめの3つに比べて、最後のアーキテクチャが社会学では軽視されてきたと述べている（鈴木 2013）。

重要であり、当然ながら本論文でもこの立場に立つ。しかし、その「社会」を構成する単位として近代的な「個人」の自明視を疑う姿勢が要求される。これは次項で述べる CS が強調してきた近代批判とも共通する姿勢である。したがって、本論文が採用したいのは、社会学の「社会が社会をつくる」前提を保持したうえでの、「社会」の構成要素として「人」だけでなく「モノ」も含める立場である。繰り返しになるが、こうした立場から〈メディアとしてのモノ〉をめぐる問いについて探求していくことが本論文の試みである。

1-2 メディア研究とカルチュラル・スタディーズ

ジャーナリズム論／マス・コミュニケーション論／メディア論

本節では、従来のメディア研究の流れを整理したうえで、メディア文化の意味、さらにはモノとの関わりでそれを研究することの意義を確認していきたい。そこで中心になるのはカルチュラル・スタディーズの決定的なインパクトと、その後のメディア文化研究の課題、さらには「メディア」概念の問い直しである。

「メディア」という言葉は英語の **medium** の複数型である。R.ウィリアムズによれば、それはラテン語で「中間」を意味する **medium** を語源としており、17 世紀には「あいだに入る、ないしは媒介する作用や実態」という意味で使われるようになった。そして、20 世紀後半の時点でメディアという概念の意味は以下の 3 つに収斂してきたという。後の議論のためにその 3 つの意味をここで確認しておく、①古い一般的な意味で、あいだに入ったり、媒介する作用や実体、②印刷、音声、視覚を媒体として区別することに見られるような、意識的、専門的な意味、③新聞や放送事業という、すでに存在する、あるいはこれから計画可能なものが、広告など何か別のもののための **medium** となれるような、特殊な資本主義的な意味 (Williams 1983=2002 [2011] : 344-5) である。ウィリアムズによると、最も古層にある①の意味が徐々に後景化するとともに、③のメディア産業としての用法の一般化と、それを分析的に研究する②の意味が発達してきた。

ここでメディアをめぐる学説史について概観しておく。まず、端緒となったのはメディアが産業として発達してきた 1920 年代、新聞が世論形成に影響力を発揮するようになったことを背景に行われた、ジャーナリズムの活動を対象とした W.リップマン『世論』(1922) などの研究である。これが現在では「送り手」の分析を中心とした「ジャーナリズム論」の源流とされる。その後、第二次世界大戦中に H.キャントリトル『火星からの侵入』(1940)、戦後には P.F.ラザーズフェルド『ピープルズ・チョイス』(1948) といった著作が出された。そうした研究をはじめとして、1940 年代のアメリカでは、社会調査や統計処理をベースに、「受け手」へのメディアの効果・影響を分析する「マス・コミュニケーション論」という研究潮流が成立した。

そうした 2 つの研究潮流が拡大するなかで、オルタナティブな視点を提供したのが 1960

年代に登場した M.マクルーハンの『メディア論』である。その捉え方は、「メディアはメッセージ」という命題に端的に表現されている (McLuhan 1964=1987)。それ以前のジャーナリズム論やマス・コミュニケーション論が、受け手にせよ送り手にせよ、メディアが伝える内容である「メッセージ」をめぐる論点に照準していたのに対し、マクルーハンの独創性は「メディア」の伝達形式それ自体を重視したところにある。こうした視座は以降のメディア研究に受け継がれていく。また、ここで「送り手」と「受け手」、それらを媒介する「メディア」自体というメディア研究の3つの地点、あるいはコミュニケーションを構成する3つのアクターのそれぞれへ注目する立場は出そろったといえよう。

カルチュラル・スタディーズと「文化」の問題化

さらに、こうした3つの構成要素の相互作用を「文化」との関わりで発展させたのが、S.ホールの「エンコーディング／デコーディング」モデルである (Hall 1980)。ホールのこの図式は、1960年代中頃からのカルチュラル・スタディーズ (CS) の方法論を明確にしたものと位置づけられる。そもそも CS は、1964年にイギリスのバーミンガム大学に現代文化研究センター (CCCS) が設置されたことが契機とされるが、その場所がイギリスのロンドンやオックスフォード、ケンブリッジではなく、アカデミックな面では辺境だったバーミンガムであったことが重要である。そこでは、CCCSの初代所長である R.ホガートや R.ウィリアムズらによって、当初から労働者や若者の実践が取り上げられ、階級やジェンダー、人種をめぐる、さまざまな権力が取り上げられていった⁹。CSの中心概念はその名の通り「文化」であるが、これはそれ以前からの伝統的な「文化」概念を問い直し、および従来の人文学や社会学における「文化」をめぐる研究を批判するものであった。

今日では日本語として定着している「文化」という言葉は、英語の “culture” やドイツ語の “Kultur”、フランス語の “culture” の翻訳に当たる (田中 [1988] 1994)。しかし、R.ウィリアムズが「英語で一番ややこしい語」 (1983=2002 [2011] : 138) のひとつと述べるように、culture という概念はヨーロッパのいくつかの言語にわたる複雑な歴史的経緯を辿ってきた。その古層には「耕作する」というラテン語の動詞 *colere* と、その名詞形の *cultura* がある (*ibid* : 139)。そこから西欧でこの言葉はさまざまな意味で用いられてきたが、17世紀の国際法学者 S.プーフENDORF によって、「自然状態から脱した人間のあり方全般」を示す単数集合名詞としてはじめて使われたという (三島 2008 : 271)。こうした理解から、18世紀には英語の culture が啓蒙主義者の歴史観のなかで civilization とほぼ同義に用いられ、「知的・精神的・美学的発達の全体的な過程」といった意味が発達した (Williams 1983=2002 [2011] : 142)。精神的な側面を強調するこのような用法は

⁹ 例えば、R.ウィリアムズの『マルクス主義と文学』では、A.グラムシのヘゲモニー論を応用つつ、「文化」を生産関係によって決定されるとする既存のマルクス主義における一元的な理解が批判されている。

主に英語とフランス語圏で広がったが、19 世紀には転用されて「知的、とくに芸術的な活動の実践やそこで生み出される作品」という意味となった。これが現在まで続く、音楽や文学、絵画、映画を含む「文化」の意味である。それに対して、ドイツ語圏では、哲学者 J.G.ヘルダーが 18 世紀後半に打ち出して以来、ロマン主義運動とともに「ある国民、ある時代、ある集団、あるいは人間全体の、特定の生活様式」という用法が発達した (*ibid*: 143-6)。これがドイツ文化や日本文化といった特定の社会を単位とする「生活様式」としての用法である¹⁰。

そして、以上のような芸術と結びつく「高級文化」や、ナショナリズムと結びつく「国民文化」の自明性や固定性を問い直すのが、CS の核心部分にある姿勢であった。そこでは、伝統的な「文化」の概念は脱構築され、高級文化／大衆文化の区分が問い直される。CS のインパクトによって、それ以前の文化社会学やメディア研究ではまともな学問の対象ではなかったさまざまな「ポピュラー文化」や「メディア文化」が重要な研究対象とされるようになった。

日本のメディア文化研究と CS

1970 年代以降に日本へ輸入された CS でもこうした立場は継承され、「文化」がさまざまな政治的・社会的な文脈のなかで存在することが基本的視座とされてきた(吉見 2004)。

ただ一方で、日本では独自の「大衆文化」研究の系譜が発達していたという指摘もある。吉見俊哉によれば、権田保之助をはじめとした大正期の民衆娯楽研究と、鶴見俊輔や南博による 1950 年代から 1960 年代の「思想の科学研究会」がその主要な系譜である(吉見 1994)。

こうした日本独自の大衆文化研究に、社会学やドイツのフランクフルト学派、フランスのポストモダニズム思想などさまざまな流れが合流して、現在の日本の「メディア文化研究」は形作られていると考えられる。その結果、ジャーナリズム論やマス・コミュニケーション論を中心としてきた日本のメディア研究においても、近年では人々の日常生活のなかでの娯楽的なメディア受容が研究対象となってきた¹¹。このような日本のメディア文化研究においても、CS が 1970 年代より重要な視座を提供してきたと総括される(難波 2011)。

しかし近年では、階級やエスニシティをめぐる状況がイギリスや CS が広まった英語圏

¹⁰ 実際には、ヘルダーの時代には、ネーションは「特定の地域に住む人びと」という意味で、必ずしも国家と結びついた民族ではなかった。しかし、その後 19 世紀には、国民国家を前提とするナショナリズム的な意味で「民族の文化」が使われるようになった(三島 2008: 271-2)。

¹¹ 例えば、日本マス・コミュニケーション学会が発行する『マス・コミュニケーション研究』においても、第 78 号(2011)には「メディア文化」をテーマとする特集が組まれている。

とは社会状況が異なる日本の「文化」の研究には、CS の分析枠組は適さないという批判や、CS の過度に政治的・闘争的な姿勢への反発が見られる。例えば、辻泉はメディア文化を研究する社会学の立場から、CS の問題意識を継承しつつも、「対抗文化」的な側面を過度に強調するその姿勢を相対化すべきだという（辻 2008c : 26）。そこでは、かつての「送り手」に注目した「メディアの情報のパターン」に加えて、CS が重視した「担い手のパターン」や外在要因としての「背後の諸権力」だけでなく、「集い方のパターン」への複数の分析を用いる「マルチメソッド・アプローチ」が提唱されている（*ibid*: 27-31）。CS の外部と述べられる理論と方法も含めて、複合的にメディア文化を分析すべきというのがそのアプローチの立場だと考えられる。

こうした複数の視点からの総合は、メディア文化を捉える方法として同意できるように思える。しかし一方で、そこでの CS に対する評価は画一的だともいえるだろう。その例として、先の文献（辻 2008c）と同時期に出された C.ロジェクによる CS の解説書（Rojec 2007=2009）における図式を確認しておこう。そこでは、CS の実践を構成する4つの要素として、「ジャンル」と「生産」、「消費」、「文化政治学」が挙げられている。ここで注意したいのは、4つの構成要素がけっして最後の文化政治学に還元されているわけではなく、これらが円環状に「圏」をなすと強調されていることである（*ibid* : 25）。たしかに、このうち「文化政治学」は、「対抗文化」的な側面の強調に当たるだろう。だが、ロジェクが「文化の形式と内容のパターン化」（*ibid* : 22）とする「ジャンル」は、辻のいう「メディアの情報のパターン」とほぼ同様の意味である。また、「文化的意味の創造」と、文化的形式と内容があらわすものの背後ある関心を扱う」とされる「生産」（*ibid* : 23）は「送り手への注目」に当たるだろう。さらに、「消費」は「文化の意味が消費者に理解される多様な方法の過程に関連」（*ibid* : 23）することが明確に記述されており、辻による「担い手のパターン」や「集い方のパターン」と実質的に同じ部分に注意を払っている。ロジェクは社会学の立場から CS に関わる研究も行ってきた経歴をもつが、同書ではメディア文化を捉える複眼的なアプローチが、CS の外部からというよりその内部において展開されている。

また近年では、従来の CCCS による研究を内部から批判して、CS を刷新するような研究が行われている。その論点は多岐にわたるが、本論文に関係するものとしては、次の2点が挙げられる。ひとつは、消費パターンを「階級」に還元しすぎていたという批判である。特定の文化事象の受容と消費について、従来型の CS がそこに作用する「権力」に対する人々の「抵抗」戦略として位置づけるあまり、そこに人々が感じる愉しみが等閑視されてきた。もうひとつは、文化的実践が実行される際に「メディア」が果たす役割をこれまで以上に重視していく必要があるという批判である（Bennett and Kahn-Harris 2004 : 7-10）。

しかし、こうした動きは、実はもともとの CS の運動自体に内在していた性質とみるこ

とができる。例えば、日本語による CS の入門書でも「支配される側の人々の「文化」がもっている自発的で創造的な力」（上野・毛利 2000：31）を見出す姿勢が共通することが指摘されている。こうした「文化」を捉えるために、「様々な学問や理論、概念を折衷したり、相対化して結びあわせている」（*ibid*：12）方法が用いられるのだ。

また、石田佐恵子は、L.グロスバークらの「アメリカン・カルチュラル・スタディーズ」と「イギリスのカルチュラル・スタディーズ」を比較する文脈のなかで、「異なるコンテクストにおいて、それぞれ異なる力点から文化について問い返すとき、カルチュラル・スタディーズそれ自体のありようもそれぞれに異なったものとならざるをえない」（石田佐恵子 1998：220）という。そのうえで「常に、自らの境界をも問い返しつつ連続した企てを続ける」ことが CS の核心であること強調している（*ibid*：222）。

現在の日本の学術領域では（1980 年代から 90 年代にかけての「流行」の反動であると思われるが）、CS についてその方法論を精査しないままに批判する動きが見られる。しかし実際には、本節で概観してきたように、一方では社会学の側が、少なくともメディア文化研究においては CS の問題意識を相当な程度取り入れ、先にみたマルチメソッド・アプローチのような方法論を主張するまでに至っている。他方で、CS 自体が元来さまざまな理論の「折衷」から生まれており、自己の境界を問い直し続ける姿勢をもっている。そのため、理論的な刷新は常に行われており、初期の CS とは別の社会（例えば、日本社会）におけるコンテクストへ対応する柔軟性と多面性も十分に帯びている。

この両方を考慮に入れると、CS の主張してきた論点と現代の文化社会学の分析方法は、少なくともある領域においては実質的には変わらない方法論を用いるようになっていると言える。本論文では、こうした現状をふまえて、メディア文化の動態を捉えるために柔軟で多様な理論と方法を用いる CS の姿勢を重視しつつ、現在の文化社会学の立場からの研究を行っていく。

では、「モノ」の再考とともに本研究の問題意識として重要な「メディア」という概念は、CS のインパクトを経た現在の研究水準ではどのような位置にあるのだろうか。次節では、現在のメディア研究における「メディア」概念の問い直しの動きについて述べていく。

1-3 〈メディアとしてのモノ〉の研究へ

メディア文化研究における「メディア」概念の再考

上述したように、CS の影響によって文化社会学は、多様なメディア文化を研究の対象とするようになり、研究方法の洗練も進んできた。では、現在の文化社会学におけるメディア研究の課題は何だろうか。それは、冒頭でも述べた、情報化・デジタル化時代と関わる「メディア」概念の新たな問い直しである。

実は、マクルーハンの再評価が進んだ 1980 年代以降のメディア研究でも、マクルーハンの提示した論点自体はあまり深められてこなかった。さらに、序章でも述べたように 1990 年代後半以降のインターネットの普及を背景に「メディア形式の失効」が語られるようになると、マクルーハンの理論はまるで過去の遺物かのように扱われることになった。

たしかに、文化理論における「スーパー・メディア」といった言葉の登場や、デジタルメディアの特徴を「メタ・メディウム」(Manovich 2013=2014)として概念化することは、そのような「メディアはメッセージ」という命題の終焉を示しているようにも思える。

しかし一方では、こうした議論に対する批判も出てきている。例えば、若林幹夫は、言語や記号によるコミュニケーション研究と現代的なメディアを対象とする研究について、従来からの「情報社会論」や「マス・コミュニケーション論」の新たな意匠にすぎないと批判している。そして、マクルーハンのメディア論に含まれている多様な可能性が、現在に至るまで封じられてきたさまを「メディア論の長いまどろみ」と呼ぶ(若林 2014a:185)。こうした根源的なメディア論のあり方の問い直しとともに、マクルーハンが主張した「メディアの物質性」を重要な論点として再度見直す動きが出てきている。

M.ハンセンは、19 世紀におけるメディアの分化以前には、アルファベットという唯一の普遍的メディウムしか存在せず、その後 19 世紀中期からの「グラモフォン、フィルム、タイプライターによる三頭体制をフェティッシュ化する」ような F.キットラーの議論に対し、例えば絵画などをメディウムと捉えないその概念の狭さを批判する。そのうえで、マクルーハンの研究の中心にあった「生の環境としてのメディウム」の意味を見直すことを主張している(Hansen 2006=2014 : 171)。

こうした根源的な問い直しにおける重要な概念として、かつてマクルーハンが主張したような「メディア」自体への再注目の動きもみられる。例えば、長谷川一は、本論文でも前節で挙げた R.ウィリアムズによる「メディア」概念の 3 つの意味への整理を引きつつ、今日その重層化した意味は痩せ細り、最も新しい「③新聞や放送事業という、すでに存在する、あるいはこれから計画可能なものが、広告など何か別のもののための medium となれるような、特殊な資本主義的な意味」が支配的であって、ときに「②印刷、音声、視覚を媒体として区別することに見られるような、意識的、専門的な意味」が顔を出すような状況であるとしている。それに対し、改めて着目されているのは、最も古層にある「①あいだに入ったり、媒介する作用や実体」である(長谷川 2011 : 41)。その例として「買物」という身体的な実践がメディア文化研究の立場から捉え直されているのだが、その意図は「何がどのようにしてメディア(あいだにあるもの)になるのか」とかと見ることをとおして、枠組みの境界条件を照らし出すことにあるという(ibid : 57)。

本論文では、以上のような「メディア」概念の再考という研究姿勢に同意したうえで、特に「モノ」という論点を重視していく。こうした立場から「模型」というメディアを具体的な研究対象とした分析を行っていくことになる。「模型」というモノがどのようにし

てメディアになるのかについて検討することを通して、メディアやモノといった概念の内実を問い返すことがねらいである。

そこで、マクルーハンの主著『メディア論』に立ち返ると、第一部で有名な「メディアはメッセージ」という命題を中心とする理論的検討が行われた後、第二部でさまざまなメディアの具体的分析を行うことによって、それらの集合であるメディアを立体的に浮かび上がらせる構成が取られている。アルファベットと同じ 26 の数にこだわって章立てられたのは、話されることば、書かれたことば、紙、数、衣服、住宅、貨幣、時計、印刷、漫画、印刷されたことば、車輪、自転車、飛行機、写真、新聞、自動車、広告、ゲーム、電信、タイプライター、電話、蓄音機、映画、ラジオ、テレビ、兵器、オートメーションといったメディアウムであった (McLuhan 1964=1987)。

このうち現在の日本のメディア研究において取り上げられることが多いのは、写真、新聞、広告、ゲーム、電信、電話、蓄音機、映画、ラジオ、テレビであると思われるが、これらはどれも視聴覚メディアであるという共通点をもつ。逆に、住宅や貨幣、時計、兵器などの非視聴覚メディアを対象としたメディア研究は見つけにくい。もちろん、こうした対象をメディアと捉えること自体に反論が呈されることはないだろう。しかし、そうした理念的水準での理解とは裏腹に、実際にはこうしたメディアウムがメディア研究の対象となることは決して多くはない。不思議なことに、マクルーハンの『メディア論』は、その後の多くの場面で古典として位置づけられつつも、経験的な研究としてはそこで取り上げた分析対象の半分ほどしか継承されていないのである。

〈メディアとしてのモノ〉の研究へ

この背景には、「視覚の時代」(Jay 1989)としての近代の感覚編成の権力があるかもしれない。住宅や貨幣、時計は当然視覚や聴覚に作用する特徴をもちつつも、それだけには収まりきらない部分の大きいメディアである。こうしたメディアの物質性を考えると、触覚に作用し、身体を時間や空間と媒介する「モノ」としての性質が大きいことがわかる。ここに、本節で整理してきたメディア研究における「メディア」概念の問い直しと、すでに述べた社会学における「モノ」の再考を架橋する手がかりがあると考えられる。

すなわち、「モノ」と「メディア」という2つの概念は長らく自明視されてきただけでなく、今日のデジタル時代においては両者ともその「消滅」や「無化」が叫ばれているという共通点をもつ。本論文は、こうした「モノ」と「メディア」について再考する潮流のうねで、〈メディアとしてのモノ〉の形成と変容というテーマを設定した。

CS のインパクトを経た現在の文化社会学の課題は、単に「文化」とされるものを分析の対象とする社会学の一領域ではなく、「文化」をめぐる私たちの日常的な実践を再考することで社会と身体を貫通する複雑な問題系に開かれている思考の営みである(佐藤・吉見 2007: i)。本論文は、こうした現代の文化社会学の立場から、人類学・社会学にお

ける「モノ」へ再注目する動きや、メディア研究における「メディア」概念の再考という流れをふまえて、〈メディアとしてのモノ〉が形成され、変容していく過程について経験的に分析していく。そのために適切だと考えられた研究対象が模型であり、方法が考古学的なメディア史記述であった。

だが、具体的な分析に入る前に、「モノ」を捉えるいくつかの理論枠組を検討することによって、以降の歴史記述で用いられる概念を整理しておく必要がある。そのため次章では、記号・物質・記憶という3つのキーワードを軸にした、メディア文化における「モノ」をめぐる理論的考察を行っていく。

第2章 メディア文化とモノ——記号・物質・記憶

2-1 メディア文化における「モノ」

現代社会の特徴のひとつとして「モノから情報へ」という流れが指摘されて久しい。これは産業論的には脱工業化社会（Bell 1973=1974）として、文化論的には記号の消費（Baudrillard 1970=1979）として論じられてきた。見田宗介はこうした現代社会を「情報による消費の創出を常態とする時代」（見田 1996：22）と捉えた。そうであるなら、例えば Amazon.com の購買履歴のように、「個人をさらに断片化したデータによる監視」（Lyon 2001=2002）が消費空間にも張り巡らされた現代は、人間すらも記号と情報の集積として扱われるという点でその極限といえるだろう。

もちろんメディア文化領域でも、このような動向は伺える。1990年代後半からのインターネットの急速な普及と、2000年代のメディアコンテンツにおけるデジタル技術の導入の深化によって、情報や記号がむき出しで消費される状況にある。例えば、電子ファイルによる音楽聴取、電子書籍や web コミックでの読書、動画のストリーミング視聴などを考えてみれば、このような流れは明らかである。このようなデジタルメディアの普及とそれをめぐる文化の動向は、社会学の研究対象としても急速に注目を集めつつある（土橋・南田・辻編 2011）。吉田民人による「物質」の対義語としての「情報」の原的な意味（吉田 1990）を念頭におくと、テクノロジーの進歩によってデジタルメディアでの文化消費が現実になっている現在の状況は、あるコンテンツを非物質的な情報そのものにより近い形で享受しているように思える。

しかし、メディア文化の現場に身をおくと、物質的な「モノ」に依然として価値をおく受容が観察される。本論文における主たる分析対象である「模型」だけでなく、他にもパッケージを所有する音楽ファン、紙媒体でしか本を読まない読書家、テーマパークでキャラクターグッズを買う人々など、さまざまなメディア文化領域で「モノ」にこだわる受容者は依然として存在している。

ここには、メディア文化における「モノ」の受容という論点が潜んでいる。本章のねらいは、こうした受容の論理を社会学の対象として、単一の視点からだけではなく、可能なかぎり総合的に読み解くことである。こうした作業は、次章以降で模型メディアを社会的に分析していく前提としての概念整理となるだろう。

本章の構成は以下の通りである。まず、記号論や消費社会論、およびそれと関連するオタク文化論が捉えるモノの位置を概観し、その問題点を指摘する（2-2）。次に、上記の消費社会論に不足していたモノの固有性に注目した議論として、物質文化論を整理し、とくに近年盛んになりつつあるモノ理論について検討していく（2-3）。さらに、物質文化論では説明できない性質がモノをめぐる経験には含まれていることを指摘したうえで、記憶の社会学で応用されてきた M.アルヴァックスの集合的記憶論がこの現象を説明する有効な

視座となることを示す(2・4)。最後に、上述の諸理論を応用的に展開して得られた知見を総合し、メディア文化における「モノ」の受容の論理を提示する(2・5)。

2-2 記号としてのモノ

言語論と使用価値・交換価値

モノの価値を考えると、すぐさま使用価値と交換価値という有名な概念に至る。F・ソシュールの議論は言語論的転回の淵源にあり、現在モノについて考えるときの基本図式を提供しているが、丸山圭三郎はソシュールの「一般言語学講義」以外の草稿や講義ノートをふまえることで、ソシュール理論の再構築を行った。丸山は、貨幣と言語の相同性を述べるなかで、われわれは衣・食・住に代表される直接的な物の効用である使用価値と、そうした財と財との交換を可能にする交換価値という二種類の価値の世界に生きているという(丸山 1987a : 196-197)。この二種類の価値の基盤として、貨幣とともに言語が挙げられている。ここから、言葉はあらかじめ存在する〈物〉の代用品ではなく、そもそも存在していなかった諸価値を創り出す〈荒ぶる神〉だとされる(丸山 1987a : 199-200)。

このような言語論的発想にもとづくと、モノの価値は言語によってはじめて生成する。あらゆるモノは、使用価値か、あるいは記号の差異により生じた交換価値という2種類の価値に還元される。しかし、同じ記号的情報であっても、具体的な受容の局面では何かが違うように感じられる場合がある。それは使用価値でもなく、また交換価値に還元されない「深み」だろう。

このようなある種の「深み」を捉えるために、より発展的な議論で丸山は、「影の文化」という概念を導入する(丸山 1987b)。人間の文化と意識には、光の秩序には回収されない闇の豊饒さとも言うべきものが存在している。この重層性を捉えるために丸山は、光とそれによって形成されるもうひとつの黒い姿を同時に表す、日本の古文にある〈かげ〉という言葉を手がかりとして、「影の文化」と呼ぶ。たしかにこの概念は、意識的に分節化される光の世界と無意識の深層にある闇の世界を同時に捉えることにより、記号に回収されないモノをめぐる価値をある程度言い表すことができよう。

しかし、同時に丸山は、この二項対立を、秩序を維持するための〈道具としての言葉〉と豊饒から立ち現れる〈情動の言葉〉として把握しており、やはり「言葉」による認識として位置づけている。そのため、モノについては、「道具」としてであれ「情動」としてであれ、その受容をめぐる価値は言葉や記号の問題として処理される。

消費社会論と記号的価値

言語論的視座と共鳴する他の枠組みとしては、R.バルトを代表とする記号論がある。特に前期のバルトは、写真をテキスト、すなわちある種の言語として、視覚的イメージにお

ける象徴体系の記号論的分析を行った (Barthes 1957=1967)。

さらに、消費社会における「記号の消費」としてモノを論じる代表的な理論家はJ.ボードリヤールであろう。ボードリヤールは、ポストモダン化した社会において、消費の対象となるのはモノではないという。「消費されるためには、物は記号にならなくてはならない」のであり、ある記号的意味を付与されたモノは「物質性においてではなく、差異において消費される」(Baudrillard 1968=1980 : 246-7)。これはとりわけ、新品同様の服が「着られなくなる」ようなファッションの流行に典型的だが、さまざまなメディア文化において当てはまるだろう。

さらに、より後年の著作になるとボードリヤールは、単なる記号ではない、オリジナルなきリアルである「シミュラクル」という概念を用いる (Baudrillard 1981=1984)。その典型として彼が挙げるのが「ディズニーランド」である。ディズニーランドは、世界中のあらゆる文化のイメージが記号化され、その組み合わせで構成される。そのため、「錯綜したシミュラクルのあらゆる次元を表わす完璧なモデル」として言及される (ibid : 16)。

このような消費社会論では、ソーシャル流の言語論を淵源とする「記号＝言語」という視点によって、文字や図像を「テキスト」として解釈する方法が用いられる。例えば、いま私の手元には東京ディズニーランドでしか販売されていないマグカップがあるが、私がこれを買って、持ち続けているのは、「東京ディズニーランド」というシミュラクルに記号的価値を見出しているからということになる。

現在、このようなシミュラクルの全面化を前提に、日本の「オタク文化」に特化させた議論を展開したものとして、大塚英志の「物語消費」論と、東浩紀による「データベース消費」論が知られている。1970年代後半以降のオタク文化について大塚は、商品を通じて〈小さな物語〉(作品やエピソード)の背後にある〈大きな物語〉(設定や世界観)を消費する態度を示し、そこでは大きな物語自体を直接売る代わりに「その一つの断片としての〈モノ〉を見せかけに消費してもらう」ことになっているという (大塚 [1989] 2001 : 14)。

一方、東は、1990年代以降のオタク文化に関して、「単純に作品(小さな物語)を消費することでも、その背後にある世界観(大きな物語)を消費することでも、さらには設定やキャラクターを消費することでもなく、そのさらに奥にある、より広大なオタク系文化全体のデータベースを消費することへと繋がっている」(東 2001 : 77-78) ような関心のあり方を見出した。「データベース消費」とは、このような物語の背後にあるデータベース(大きな非物語＝設定の集積)における「萌え要素」の組み合わせを消費するあり方とされる。これら2つの議論は、ポストモダンの文化状況や、当事者の動向をふまえた広い適応性をもつと考えられたため、オタク文化に関する社会学的研究の分析枠組としてもし

ばしば用いられている¹²。

では、この2つの枠組からはメディア文化における「モノ」はどのように考えられるだろうか。まず、物語消費については、モノは物語の一部として受容されることになる。大塚が物語消費の典型として挙げた『機動戦士ガンダム』を例に考えてみれば、そのプラモデルは「ガンダム」という物語内のメカニック設定や架空の歴史を消費するための入り口となっている。また、東がデータベース消費のひとつとして挙げる「ネコミミ」という「萌え要素」をもつフィギュアについて考えると、それもやはりモノ自体というより、オタク文化の膨大なデータベースのなかにある「ネコミミ」という記号を消費していることになる。

以上、消費社会論、さらにはそれを前提とする物語消費とデータベース消費の議論を検討してきた。これらの枠組は、たしかにメディア文化におけるモノの受容の一端を捉えてはいると思われる。しかし、記号＝言語という視点からでは、その情報としての意味は解明できても、なぜわざわざ物質的なモノとしてそれらを受容するのかという必然性が説明できない。

したがって、メディア文化におけるモノの受容の論理を総合的に捉えるためには、「記号からモノ」の方向だけではなく、よりモノに寄り添った議論、つまり「モノ自体」に注目した視点からの考察が必要となってくる。

2-3 物質としてのモノ

物質文化論の展開

本節では、前節の議論をふまえ、空間に物理的位置を占める「モノ自体」により迫ったアプローチからの考察を加えていく。物質としてのモノに注目した議論としては、主に芸術学や人類学で展開されてきた「物質文化」(material culture)をめぐる議論が考えられる。長い知的伝統を有する物質文化論の展開について端的に述べるのは難しいが、これをJ.サンドは四つの段階に分けて整理している(Sand 2009)。

第一の段階は唯物史観であり、周知のようにK.マルクスが物質の生産手段の分析によって社会構造を明らかにした。そこでは、モノは上部構造(文化・意識)を規定する下部構造(経済)のなかに位置づけられる。労働による生産物としてモノを捉えるのがこの枠組であると言える。

第二の段階は、考古学や博物学による物質文化の分析である。これはモノから過去の「文

¹² 例えば、木島由晶(2008)は、ライフヒストリー法を導入することで、オタク青年がいかにして美少女キャラに「萌える」ようになるのかを明らかにした研究であるが、物語消費からデータベース消費への移行という枠組を用いている。

化」を読みとり、それによって過去の生活を再現しようとする。なおサンドは触れていないが、この枠組は、J.クリフォード（1988=2003）が批判的に明らかにした「非西洋のモノが語られるときの2つの流れ」のうち、「民族文化」としてモノを語る人類学のアプローチと対応すると考えられる。また、クリフォードはもうひとつの流れとして、美術史に見られるような「芸術作品」としてのモノの語り方を指摘している。彼によると、西洋近代においては「文化」か「芸術」として意味づけられないモノは、商品として低い位置に置かれてきたという。

第三の段階は、1980年代からの記号学によるアプローチである。これは、モノからコンテクストを読む方法であり、前節で述べた消費社会論と対応する。

最後にサンドが第四の段階として挙げるのが、1990年代からはじまり、2000年代に入って盛んになりつつある「モノ理論」（thing theory）である。モノ理論は、モノについての記号論的意味とは無関係に存在する次元、すなわち物質性とは何かを探究する立場である。

モノ理論と人類学

モノ理論の代表的論者のひとりである B.ブラウンは物質と非物質の境から「物質性」（materiality）にアプローチしている（Brown 2001, 2010）。彼は、ボードリヤール流の消費社会論に疑義を呈しており、そのシミュラクル論を「ポストモダンの物語（tale）のよく知られたバージョン」だという（Brown 2010 : 51）。代わって注目を促すのは、記号に還元されないモノに固有の視覚・触覚的質感、あるメディアが立ち現れる特定の物質状況、コミュニケーションの物質性などである。

このように物質性に関する彼の論点は多岐にわたるが、本章の関心からは具体例として挙げられた「セーター」の話題が示唆的だ。すなわちブラウンは、私たちがセーターを洗濯した結果、その質感が変わってしまったときの違和感こそが物質性を考える手がかりになるという（ibid : 49）。そのときの「言葉にならない感覚」がモノの実在性と固有性のひとつの根拠であり、ブラウンはこのことを「対象」（object）と「モノ」（thing）を概念的に区別することによって論じている（Brown 2001 : 4）。すなわち、ある物体が「モノ」自体として存在するのはわずかな間だけでしかなく、その一瞬後には言語の網の目に絡みとられてしまい、単なる「対象」となる。しかし、たとえ瞬間的に言語化された「対象」となるにせよ、それ以前に一瞬立ち現れる「モノ」自体の位相に注目するところが、本稿において重視したい観点である。だからこそブラウンは、セーターにふれたときの、言語化される以前の無意識的な質感を例に挙げたのだろう。

では、どのような方法によって、モノ自体に接近できるのだろうか。2000年代以降の人類学においては、「ものの人類学」という領域が提唱されている。そこでは、言語情報に回収されない物質性を捉えるために、モノを単に人という主体によって統御される従属的

な客体としてではなく、モノと人とのかわりようを包括的な時間・空間のなかで描くことを目指されている。そこでは例えば、言語に意味を回収された後の「語り」だけではなく、モノをめぐる人々に寄り添うかたちで「行為の観察」といった調査方法が用いられる（床呂・河合 2011：5）。

例えば、人類学者の大西秀之は、過度の「言語中心主義」に転回した人類学の状況を受けて、ルソン島山地民の土器作りを事例に、非言語的な領域へ接近する方法を探っている（大西 2009）。しかし、そうした試みを行っている大西でさえも、「モノとヒトが形作る言語化しえない側面にアプローチするための十全な方法」はいまだ確立していないという（*ibid*：168）。このように、言語に回収される以前の「モノ自体」を扱うのは容易ではない。しかし、「言語で埋め尽くされているようにみえる世界が、言語を介さない無数のモノの働きかけを受けて成り立っていることをまず認識すべき」（*ibid*：169）ことは強調されている。

本論文でも、こうした試みにならって、メディア文化における「モノの物質性」、すなわちその言語化されない（あるいは、されづらい）側面を少しでも捉えてみたいと思う。そうした視座による本格的な分析は模型を対象にした第Ⅱ部に譲り、ここでは前節で挙げたマグカップの例を再び取り上げて考えたい。モノの物質性を考慮に入れると、これを持ち続けている理由のひとつとして、「ディズニーランド」という記号とは無関係な、このマグカップに固有の視覚的・触覚的な質感があることが考えられる。実際、言葉にならない「なんとなく肌に合う」感覚からあるモノを買い、それを持ち続けることは多くの人の日常的な経験としてよくあることだろう。もちろんこれは「モノ一般」についていえることだが、だからこそメディア文化における「モノ」との関わりに対してもこのような捉え方ができることは無視すべきではない。

またこのような捉え方は、例えば「ぬいぐるみ」のような、その素材自体で定義されるようなモノに、より典型的に現れるだろう。実際、私の知人でよく「ぬいぐるみ」を買う人がいるが、彼女は例えば「ハローキティ」といった特定のキャラクター（記号）にこだわってはいない。それでも記号論的見方によれば、「ぬいぐるみ」というカテゴリーにこだわり、それを消費しているように思われるかもしれない。しかし、彼女は実は「ぬいぐるみ」なら何でもよいというわけではないという。気に入って購入し、さらにそれを持ち続けるのは、「自分が触ったときに、なんとなくしっくりくる」モノだけだと私に語ってくれたことがある。つまり、この人の場合は、社会的に共有された記号とは無関係に自分が気に入る感触をもつモノを受容しており、それが結果として私たちが「ぬいぐるみ」と呼ぶモノであることが多いということになる。

触感とプンクトゥム

近代における視覚の支配のなかで毀損された諸感覚について再考しようとする動きは、自然科学の分野でも大きくなりつつあるようだ。

例えば、人間工学や認知科学の領域において、「触感」についての実証研究が進んでいる（仲谷・笥・白土 2011）。そもそも触覚は、五感のうち最もその認知や行動との関わりを解明する研究が遅れてきた分野だという。というのも、触覚は、視覚や聴覚を中心とする他の感覚、また記憶やイメージといった別個の要素が複合的することで感知されるため、これまでの要素還元的な研究ではそのはたらきを明らかにすることが難しかったからである。

しかし、近年の研究方法の発展によって、感覚の複合性をふまえた研究が可能となったという。そこでは、単一の受容器としての分析を超えた複合的感觉を捉える言葉として「触感」が提唱されている。さまざまな実証研究から得られた触感についてのモデルは、以下のように従来の触覚についてのモデルと区別される。

まず、人間が触感を得る過程には、モノ・身体・心的イメージという3つの段階がある。これらの段階について従来は、モノとの接触から触覚的な刺激が得られて、心的イメージが生成するという図式が採用されていた。しかし現在では、モノとの接触から触覚を経由して、その刺激が視覚・聴覚や言語・記憶といった領域とも相互に関わることで、複合的な感覚である「触感」が形成されているというモデルになっている（*ibid* : 13-15）。

実際、こうした現代の人間科学的研究は、人文社会科学で先駆的に指摘されてきた議論と呼応する。モノの魅力を考える際に重要なのは、記号論と決別した後期の R.バルトが写真の本質について考察していくために導入した「ステュディウム」と「プンクトゥム」という概念である。ステュディウムは、文字通りの「勉強」という意味から「道徳的、政治的な教養（文化）という合理的な仲介物」（Barthes 1980=1985 : 38）によって媒介された平均的感情、一般的関心である。

それに対して「プンクトゥム」は、「ステュディウムを破壊（または分断）しにやってくるもの」であり、「私を突き刺す偶然」（*ibid* : 39）といわれる。本稿にとって重要なのは、このような写真の受容に際しての「衝撃」であるプンクトゥムが、単なる突飛な印象ではないということである。それならば「突飛なもの」としてコード化できるステュディウムの範疇にあるにすぎない。バルトは「私が名指すことのできるものは、事実上、私を突き刺すことはできない」（*ibid* : 65）と、両者の二項対立性を強調する。そこから、プンクトゥムは、先の言語／物質という対比概念と重なるものと理解できる。写真の受容に際して立ち現れる、記号＝言語に回収されない物質性が、ここでプンクトゥムと呼ばれている衝撃であるだろう。

以上の検討からは、メディア文化における「モノ」の受容をめぐる論理のひとつに「物質性」という位相があることがわかる。人々が「あるモノに固有の質感」を触感的な「衝

撃」として受容する側面があるがゆえに、そのモノが空間的に位置を占めていることが求められるのだ。このようなモノ自体に関する議論は、消費社会論に対する対抗理論として重要である。

しかし、記号と物質という2つの側面からでもなお、メディア文化における「モノ」をめぐる経験のすべては捉えられていないようにも思われる。私たちは自分が生きてきた時間的プロセスにおいて、記号や物質に還元されない固有の意味付けをもって「モノ」と接してきたのではないだろうか。このようなオルタナティブな側面を捉えるために、次節では「記憶」という視点からの検討を行う。

2-4 物的環境としてのモノ

集合表象と集合的記憶

近年、社会学において「記憶」をテーマにした研究が盛んである。そこでは、ミュージアムやモニュメント、世界遺産などが「記憶が保存・想起される場所」として研究の対象となっている（浜 2002; 荻野編 2002）。そこで先駆的業績として再評価の中心にあるのが、M.アルヴァックスの集合的記憶論である。本節では、集合的記憶論、とくに「物的環境」と記憶との関わりをめぐる論点を、メディア文化における「モノ」の受容に応用していくことにする。

アルヴァックスはいわゆる「デュルケム学派」の社会学者であって、先行する E.デュルケムの学説に大きな影響を受けている。そこでまず、デュルケムの議論のうち「モノ」に関わる「集合表象」の概念について整理していきたい。デュルケムの主著のひとつ『宗教生活の原初形態』（Durkheim 1912=1975）は、宗教の最も原初的な形態であるアボリジニのトーテミズムを扱うことで、宗教や社会の本質を論じた古典的著作である。しかし同時に、トーテミズムについてさまざまな点から分析されているため、中心的な論点以外にもさまざまな知見を得ることが可能である。本章では、同書のうち伝統社会におけるモノが言及された部分について整理していく。

そもそもデュルケムはトーテミズムを神話的な集合表象の現れとしたが、それが空間において物理的なかたちをとったものが、氏族内において象徴的意味を付与されたモノや動物、特定の地理的領域である。そのひとつとして挙げられているのが、いくつかの部族にとって最も重要な宗教的祭具である「チュリング」だ。これ自体は木や石でつくられた単なる立体物にすぎないが、トーテムの図像が付けられているがゆえに聖なる意味をもつ。そうした図像の聖なる意味は、非人格的な原理、すなわち神によってその象徴的意味がもたらされている（Durkheim 1912=1975：上 211-220）。デュルケムの命題としてよく知られている通り、ここでの神は社会とひとつのものである。したがって、チュリングのように、同時に神と社会の象徴であるトーテムが物理的空間に現前したものが、伝統社会に

おける物質化のひとつのあり方だといえる。

しかし、本稿が対象とするメディア文化は、例えば氏族や国家といった比較的固定性の強い境界を越えていく特性をもつため、その受容者の外縁を確定することはできない。したがって、メディア文化における「モノ」もまた、伝統社会のように比較的恒常性をもつ集団に共有された集合表象としては扱えないことになる。そこで、本稿の理論的枠組として代わりに応用できると考えられるのが、アルヴァックスの記憶論である。

アルヴァックスは、デュルケムからの影響を受けながらも、ある意味でより柔軟性をもったものとして集合的記憶論を提起した。ここでは、両者の比較を整理しておきたい。本稿の問題関心からは、それらの比較は概念やイメージおよび、集合表象と集合的記憶の違いに集約される。

前者について、大野道邦（2000）によれば、デュルケムは「概念」を「感覚的表象」と対比させているという。「概念」が「時間と転成の外部」に存在する「定着され、結晶化された思考の様式」であるのに対して、「感覚・知覚または心象」は「永久的な流動」であり、さらに、両者を比べて概念が「感覚・心象より堅固さをもっている」（Durkheim 1912=1975: 下 352-4）とされている。一方、アルヴァックスは、集合表象としての集合的記憶は、概念や観念だけでなく、「イメージ」や「印象」からも構成されているという。

また、後者については、『社会学的方法の規準』で明示された論述を手がかりにできる。ここでデュルケムは、集合表象を個人表象と対比し、「社会がそれ自身および周囲の世界を表象するところの様式を理解するには、個々人の性質ではなく社会の性質を考察しなければならない」（Durkheim 1895=1978: 33）とする。この把握を前提として『宗教生活の原初形態』でも、「集合的表象が個人的表象より堅固」（Durkheim 1912=1975: 下 354）だという。しかし、アルヴァックスは、個人的な表象である記憶が「社会的なもの」が浸透したものだと捉えている。

このような比較をふまえたうえで、次項ではアルヴァックスの記憶論を整理するとともに、本章の問題関心に沿って応用的に展開していく。

集合的記憶と物的環境

アルヴァックスの記憶論は『記憶の社会的枠』（Halbwachs 1925=1992）、『聖地における福音書の伝説地誌』（Halbwachs 1941=1992）、『集合的記憶』（Halbwachs 1950=1989）において展開されており、その論点は多岐にわたる。しかし、本章のテーマとの関わりで重要なのは、以下の3つの点である。

第一に、「概念」からだけではなく「イメージ」からも記憶が構成されるという点である。アルヴァックスは「集合的記憶」に関して、過去の出来事をめぐって現在において想起する「イメージ・印象・感覚・観念」と述べる（Halbwachs 1925=1992: 41-42）。ここからは、L.A.コーザー（Coser 1992）がアルヴァックスについての解説で「現在主義」

と述べたような、現在という時点から過去の記憶が再構成されていることがまず重要である。さらに、記憶が言語による「概念」という明確に共有された部分だけでなく、より断片的な「イメージ」からも構成されていることを読み取ることができる。このことから集合的記憶論は、「言語」を特権的な位置におく議論とは異なる視座を提供する枠組であることがわかる。

第二に「物的環境」(milieu matériel)に関する点である。アルヴァックスは、「物的環境によって保持されていなければ、過去を取り戻せることは理解されない」(Halbwachs 1950=1989: 182)と、記憶における物的環境の重要性を強調する。この物的環境は、社会学の記憶研究ではミュージアムなどの具体的な場所を指すものとして使われることが多い概念だが、その議論の応用可能性は狭義の「場所」や「空間」に限定されるものではない。例えば、アルヴァックスは「骨董屋では、あちこちに散らばった家具のばらばらになり使いものにならなくなった部分部分の中で、あらゆる時代やあらゆる階級が顔をつき合っている」(Halbwachs 1950=1989: 164)と述べているが、ここからは骨董品というモノもまた、記憶を想起させる「物的環境」と捉えることができる。つまり、アルヴァックスによれば、空間や場所だけではなく、モノもまた記憶を想起する物的環境となるのである。

第三に、集合的記憶と個人的記憶の相互浸透性である。これをアルヴァックスは「記憶の社会的枠」という概念を用いて記述する(Halbwachs 1925=1992)。それは過去のさまざまな事象についての断片的なイメージを配列する枠組であり、その組み合わせで個人的記憶は成立する。個人的記憶は「錯綜した集合的思考の多くの系列の作用によって再現される」(Halbwachs 1950=1989: 46)。このような記憶の集合性は理解しにくい面も含んでいるため、記憶と想起の点でそれぞれ潜在的／顕在的という軸を設定して、アルヴァックスのいう集合性を明確化した浜日出夫(2000)の議論を参照しておきたい。浜によれば、まず、友人たちと旅行し、後に友人たちとその思い出話をすることは「顕在的に集合的な記憶を顕在的に集合的に想起」しているものであり、最もわかりやすい集合性である。次に、旅行のときに撮った写真を眺め、ひとりでそれを思い出すことであるが、これは一見すると個人的な営みのようにみえるが、それに反して「顕在的に集合的な記憶を潜在的に集合的に想起」している。しかし実は、ひとりでロンドンを散歩しているとき、ディケンズの小説を想起することすらも、ディケンズやそれを読んだ人々(集団)との「潜在的に集合的な記憶を潜在的に集合的に想起」するということになる(浜 2000: 6-7)。

以上で述べてきたアルヴァックスの集合的記憶論から、メディア文化における「モノ」への応用可能性を整理しておく、メディア文化をめぐる思い出のように明確に言語化されていない記憶を扱える点、そこでのモノに関して記憶を想起させる物的環境として捉えられる点、さらにメディア文化の流動的な受容者にその「集合的」という概念の性質が適合するという3つの点にまとめることができる。

このような記憶論で用いられる方法はさまざまだが、そのなかに当事者の実存的な「語

り」に注目するものがある。例えば、片桐雅隆（2003）は、社会学的な自己論からの記憶研究において、自己の物語の構築と記憶の枠組としての歴史との接点を「個人誌」によって探求している。このような方法により、現在において再構成された過去の記憶の一端を捉えることができる。

それでは、これまで述べてきた集合的記憶論を、事例に即して考えるとどうだろうか。上述の2つの節で挙げてきたマグカップの例についてさらに考えてみると、ディズニーランドで買ったマグカップを見たり、触れたりすることによって、私は共にそこに行った親密な他者との思い出を想起するが、これは「顕在的に集合的な記憶」である。ただ、マグカップによって想起されるのはこのような思い出だけではなく、その日ディズニーシーに來たすべての人々と共有するアトラクションやパレードについての記憶もまた呼び起こされる。これは「潜在的に集合的な記憶」である。私はそのような集合的記憶を、マグカップを見たり触れたりすることによって「潜在的に集合的に想起」しているのだ。ここでは、〈かつて・あそこ〉のディズニーシーにおける体験や瞬間的な感情が「かけがえのない思い出」となって〈いま・ここ〉で想起される。逆にいうと、そのような多層化された集合的記憶をある種のリアリティをもって想起したいがために、私たちはキャラクターグッズを買うのだろう。

以上の議論からは、コンテンツの受容をめぐる潜在的・顕在的に集合的な「イメージ」が時間の蓄積とともに現在の時点から再構成される「集合的記憶」となり、そのような〈かつて・あそこ〉での思い出を〈いま・ここ〉でリアリティをもって想起するために、「物的環境」として「モノ」を持ち続けるという論理を導出することができる。

このように「記憶」という観点を導入することで、時間による再構成を含んだ日常の実感をふまえた、人々が「モノ」にこだわる理由に関する新たな側面が捉えられた。本章の最後の節では、以上の3つの理論的パースペクティブからの考察を総合することで、メディア文化における「モノ」をめぐる受容の論理を明らかにしたい。

2-5 総合的考察

以上の節では、メディア文化における「モノ」を、①消費社会論から「記号」として、②物質文化論から「物質性」として、③集合的記憶論から「記憶」を想起させる物的環境としてそれぞれ論じてきた。私たちはメディア文化のコンテンツの記号や情報を消費するひとつのあり方としてモノを受容するが、「モノ」自体のインパクトにこだわる人々のリアリティは消費社会論の観点では説明がつかなかった。しかし、物質文化論、とくにモノ理論の視座からは、そのモノの物質性に固有の視覚的・触覚的な質感にこだわる様相が捉えられ、また集合的記憶論の観点からは、過去に知覚したコンテンツをめぐる体験のイメージをかけがえのない記憶として現前させるモノという側面を見出すことができた。

では、これらの知見はどのような社会的意味をもつのだろうか。2011年3月11日の大震災後、例えば「泥にまみれた写真」のような、大切な記憶を宿した個人的なモノを保存の対象にする「思い出工学」（野島 2004）の議論が注目されてもいる。これは、個人にとって「なぜか捨てられない」ような「かけがえのないモノ」の存在を示す。

だが、このような「かけがえのないモノ」は、大量生産によってつくられたはずのメディア文化のなかにも存在する。これらは、たしかに「どこでも手に入るモノ」にすぎず、情報による消費の支配のなかで「古びたモノ」や「価値のないモノ」に一瞬にして変化する。けれども、記号としての価値がなくなったからといって、他の価値までなくなるわけではない。モノは使用価値や交換価値だけではなく、本稿で見てきたような物質性、記憶を喚起する物的環境としての価値を含んでいる。換言すると、ここには、モノが空間に物理的位置を占めることが人々に与える意味と、モノが時間の流れのなかで蓄積していく社会的意味があると考えられる。

もちろん、これは「モノ一般」にもいえることかもしれない。しかし、モノの物質性はあるコンテンツにおける記号の再現であることによって、ただの物質だけでは得られないインパクトをもつ。また、そのコンテンツに記号としての魅力があるからこそ、その記憶を想起させるモノが実存にとってなくてはならない重要性をもつ。ここからは、デジタル・化する社会における「反デジタル」ともいえる、メディア文化のなかの「モノ」への愛着やこだわりがなぜ存在しつづけるのかという理由が理解可能となる。

一般に、デジタル社会は時間や場所を無化する傾向にある（熊谷 1999 : 6）。それに伴い、私たちの空間や時間にまつわる実感もまた希薄化していくといわれる。しかし、そのようなデジタル化する社会のなかでこそ、記号的意味に回収されないような、質感や記憶といった「モノ」がもつ空間的・時間的価値が重要になってくるだろう。

ここで本章の議論をまとめておこう。消費社会論に物質文化論、そして集合的記憶論を加えることで、ある時点の社会に共有された記号論的意味だけでなく、空間面・時間面も合わせた価値を多面的に把握することができた。したがって、メディア文化における「モノ」は、そのモノをめぐる記号・物質・記憶が絡み合いつつ、無数の具体的な場面で空間的・時間的に重層化したそれぞれの価値をもつからこそ人々に受容されていると考えられる。本章で探求してきた、メディア文化における「モノ」をめぐる受容の論理は、以上のような「モノを中心とした記号・物質・記憶が重層化した力学の総体」をさすのである。

本章においては、次章以降の分析の基礎となる概念について理論的な考察を行ってきた。続く第Ⅱ部では、〈メディアとしてのモノ〉の形成と変容という、序章で提起した課題について明らかにするために、社会的文脈をふまえたモデルのメディア史を記述していきたい。

第Ⅱ部 模型のメディア史

第3章 近代化と科学模型

3-1 江戸期における模型の起源

近世と近代の連続性

「近代になってすべてが変わった」という歴史認識は、社会学だけでなく、歴史学、思想史などあらゆる人文社会科学で過去のものになっている。特に近年、西洋以外の地域の歴史を捉える際に、狭義の（西洋化した）「近代」より以前、つまり広義の近代の前半期をさす「近世」（early modern）との連続性が強調されている。

日本史においては、1920年代に内藤湖南が「それ以前の事は外国の歴史と同じ位にしか感ぜられませぬが、応仁の乱以後は我々の真の身体骨肉に直接触れた歴史」（内藤 [1921] 2004 : 62）と述べていたように、応仁の乱を画期とした戦国時代以降が近現代に直接的な連続性をもつ時代であると、以前から主張されていた。

近年の歴史研究の成果は、こうした指摘を実証的に裏付けている。歴史学者の尾藤正英は、「近代」が「明治維新以降の「西洋化」された近代」であるのに対し、「近世」が「日本史の固有の発展から生まれた日本的な「近代」」だと定義している（尾藤 [1992] 2006 : viii）。近世を広義の「近代」であると捉える含意は、「役」や「家」などの概念を中心に、個人の立場を超えた役割意識や社会の規律化といういわゆる「近代化」の特徴の一部が、江戸時代にすでに存在したことにあるという。

また、日本思想史を専門とする田尻祐一郎は、江戸期の思想に見られる世俗的な秩序化の背景には、市場を通した商品経済の浸透があるという。江戸時代には「あらゆるものが商品とされ市場において流通した。…京阪を中心に江戸も加わって、列島を一つにした商品市場が確立」（田尻 2011 : 14-15）していたのである。大名たちの江戸への参勤交代もこうした文脈において可能になり、それが市場をより強化して、人・モノ・情報のネットワークを編成していた。

前期近代としての江戸時代における世俗的な秩序化や商品市場の確立といった研究動向をふまえるならば、近代以降に誕生したと思われる「模型」の起源も江戸期に存在したのではないかという疑問が浮かぶ。本節では、こうした近世の江戸期における模型の起源について確認していきたい。

妖怪玩具と模型の不在

本論文に直接的に関係する対象の研究では、民俗学者の香川雅信による妖怪玩具研究（香川 2005）とフィギュアをめぐる論考（香川 2012）が、近世から近代・現代までの連続性を重視している。香川によれば、江戸時代における貨幣経済と商品経済の浸透によって、都市部を中心に妖怪もまた、絵双六、カルタ、おもちゃ絵、凧など多種多様に商品化されていた（香川 2005 : 第4章）。だが、人形に関しては例外であり、玩具としての妖怪人

形は作られていなかった。香川によれば、それは「人形が質量を持つ立体物であったことに起因している」。その理由として、江戸時代には「人間は、人や動物などの形をした立体物に出会ったとき、それをただのモノとは認識せず、生きた人や動物に対するのと同じ認知のメカニズムを働かせてしまう」（*ibid* : 19）ことが指摘されている。

つまり、江戸期においては、二次元的な平面物が人々の想像力を刺激するメディアとして受容されていること自体はすでにあったものの、三次元的な立体物としては作られていなかった。ただ、当然ながら、あらゆる立体物にそうしたタブーがあったのではない。そもそも、生活財のほとんどは「立体物」であるからだ。香川がいうように「人や動物などの形をした立体物」のみがタブー視されていたのである。これを本論文の言葉で言い換えると、人や動物を「模した」立体物だけが特に、ある種の「媒介性」を備えている「メディア」として感受されていたということになる。

ここからは、モノとメディアの関係について、「初期近代」たる近世から近代への連続性とともに、いわゆる「西洋の衝撃」（the Western Impact）以降の狭義の「近代」との断絶があることを示唆される。本論文では、本節で確認したような近世から持続した側面を念頭におきつつも、近代化を契機として登場する「模型」というモノ＝メディアに照準して歴史的分析を行っていく。そうした作業を通して、三次元的な立体物としての「モノ」がいかに「メディア」となっていくのかという問いに答えるための手がかりを得たい。

模型の起源

上記では、江戸期からの社会的・思想的な連続性、さらに妖怪玩具のような「想像力を刺激するメディア」の流行について概観してきた。こうした近世におけるある種の「近代」性にもかかわらず、「模型」概念は不在であった。類似の概念として、それ以前には「雛形」という言葉が使われていた。

妖怪玩具とは別に、江戸時代には「雛人形」は一般的な存在であった。縁日や御命日などの露店で売り出されたのを端緒として、商品市場が成熟した江戸中期以降には、毎年決まった時期に雛市が立ち、雛仲間という同業組合が生まれるほどになっていた（東京玩具人形協同組合編 1956 : 5-10）。さらに、複製品としての雛人形をつくる型は「雛形（雛型）」と呼ばれた。おそらくその名残で、後に「模型」と呼ばれることになる「科学的な〈実物〉を模すモノ」も、明治初期までは「雛形」という概念で認識されていたようだ。

例えば、1875年の『読売新聞』では、「新発明の船をこしらへるとて此せつ頻りに勉強して居」た結果、「雛形」を作ったことが述べられている（『読売新聞』1875年9月22日朝刊）。また、同時期の『朝日新聞』でも、「梅田停車場の雛形」という用法がみられる（『朝日新聞』1880年10月9日）。

次節で詳しく検討するように、「模型」という言葉が資料に見出されるのは、1880年前後のことである。あるモノが「模型」として分節化されることは、そのモノが何らかの対

象を「模す」媒体として（その概念を用いる主体に）構想されていることを意味するだろう。もちろん、これは「模型」という概念を用いる主体がそうした「メディアの媒介性」を強く意識しているということを意味しない。本論文では、社会のなかで「模型」という概念が登場し、あるモノがそのように捉えられることで、意識的か無意識的にかかわらず、実質的にある種の媒介性が構想されていることに着目するのである。

では、そうした媒介性を含意した「メディア」としての「模型」はいつ、どのように誕生するのだろうか。次節では、西洋的な「近代化」、すなわち科学技術との関わりのなかで「模型」というモノのあり方が登場する過程について検討していく。

3-2 近代化と科学模型

模型の誕生

近代化以降の「模型」の位置を鉄道との関係で明確化した先行研究に、序章でも挙げた辻（2008a）がある。これは直接的には鉄道というメディアを通した少年文化の社会学的研究であるが、特に戦前期に関しては模型メディアの歴史と大きく重なる。辻によれば、現在まで続く鉄道文化の原点として、戦前期における「模型鉄道」がある。〈実物〉がまずあってそれを模型にするという現在の通念に反して、戦前の日本では〈実物〉のあるべき理想として先に模型が作られていた。その背景としては「日本社会の近代化が後発的なものであり、少なくともある時代までは「発展途上国」であった以上、そもそも鉄道は輸入された模型から始まるしかなかった」（辻 2008a：122）ことが指摘される。そのため、当時の模型は後の時代に「自由型」（フリーランス）と呼ばれる構想から製作までを全て自分で行うタイプが主流であった。

辻による以上の分析は、一定の説得力をもつ。実際、江戸末期の1852年には佐賀藩の中村奇輔らによって汽船や蒸気機関車などの模型が作られたが、こうした模型は「文書による知識から実物製作の橋渡しの過程」であった（原田 1986：5）。また、1853年にロシアのプチャーチンが、1854年にアメリカのペリーが蒸気機関車模型を持参していたのに対して、日本で新橋～横浜間に鉄道が開通したのは明治期の1872年である。

しかし、本研究の立場からはいくつか批判や補足すべき点もある。以下、辻による議論には含まれていない、模型の誕生をめぐる3つの点について述べる。

第一に、ペリー来航時の「日本への贈り物」についてである。ペリーの航海記（Perry 1956=2009）では、第一回目の航海時に幕府へ進呈されたのは、単に「1/4 の大きさの機関車、炭水車、客車、レール等1式」とだけ記載されている。つまり、単に縮尺の小さい「本物」の機関車であって、これが日本語の「模型」という概念で捉えられたのは、事後的可能性が高い。ただ、そこで記述されているのは、「小型機関車の円周軌道を敷

設するため平坦な土地を選定し…機関車士のゲイとダンビーが管理する小型蒸気機関車、客車、炭水車をそろえた鉄道も、興味をそそる点ではひけをとらなかった」 (*ibid*: 177) といった、「日本人」が近代科学による文物に興味をもつ様子である。また、その後続く「間違いなく日本人は…非常に模倣が巧みで…高度な文明諸国の高尚な原理や裕福な生活は無理だとしても、外国の風俗習慣を比較的容易に取り入れるに違いない」 (*ibid*: 180) という記述からは、そうした機関車に対して「日本人」が「模す」べきまなざしを注いだことが読み取れる。

第二に注意したいのは、「模型」という概念が一般化する時期である。国立国会図書館サーチによる検索結果から、データベース上で付されたキーワードを除くと¹³、書名にはじめて「模型」という言葉が用いられている資料は、1880年の『飯坂十綱橋中野新道模型及請書』である。また、書名には出ていないものの、その前々年(1878)と前年(1879)に出された『東京大学法理文三学部年報』のなかの本文にも「模型」という概念が用いられている。一方、新聞記事でも、同時期に「模型」という言葉が用いられるようになった。例えば、『読売新聞』では、1876年に「模型」が紙面にはじめて登場するが、「キコンストレイキ」¹⁴の言い換えとして「模型」という言葉が用いられている(1876年9月20日朝刊)。「朝日新聞」では、1880年に「淀川流域諸山の砂防及び修河工事の模型」として初登場する(1880年11月7日)。こうした資料からは、「模型」という概念が19世紀末に一般化し、当初は理工学的文脈の使用が多かったことがわかる。

第三に、本論文にとってこれが最も重要だが、模型と〈実物〉の前後関係はけっして鉄道だけに限定されないことである。むしろ「現在の日本の模型業界のルーツでもあり、その発展を支えて来たもの」(日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986: 1)は「模型飛行機」であった。実際、日本での初飛行は、1891年に二宮忠八が動力にゴム糸、プロペラに

¹³ 例えば、「模型」というキーワード検索には引っかかるものの、実際に本文を確認すると「雛形」という言葉しか用いられていない資料は省いている。この方針は、後の新聞記事などの資料でも同様である。

¹⁴ ここでの「キコンストレイキ」は、現代的な表記でいう「キンストレーキ」をさすと思われる。キンストレーキとは、1822年にフランスの解剖学者ルイ・トマジエローム・オズーが開発した「紙製の人体解剖模型」のことである。16世紀に新解剖学が登場して以降、解剖可能な死体は慢性的に不足し、蠟製人体模型は高価なうえに手で触ることができないという欠点をもっていた。この問題を解決するものとして登場したのが「分解できる人体全身模型」キンストレーキであった。日本でも彼が製作したキンストレーキ数体が幕末に輸入されたが、明治に入ると国産品も作られた。日本各地の医学校で使われて、明治後期まで日本の医学教育に多大な貢献をしたという(「金沢大学創基 150 年記念事業 修復記念・資料館特別展示 キンストレーキ(人体解剖模型)」<http://www.kanazawa-u.ac.jp/kanazawa150/img/kunst.pdf> (2014年10月24日取得)による)。

竹とんぼを用いて製作した模型飛行機によるものだった (*ibid* : 12-13)。それに対して、代々木練兵場で日野・徳川両大尉による日本での初飛行があったのは 1910 年である (日本航空協会編 1956 : 32-35)。このように、日本では〈実物〉の飛行機より先に模型飛行機が空を飛んでいた。したがって、「文書による知識から実物製作の橋渡しの過程」 (原田 1986 : 5) は、鉄道や蒸気船だけではなく、明治に入ってから飛行機においても成り立つのである。

こうした 3 点をふまえるならば、戦前期の模型は、飛行機をはじめとした鉄道、蒸気船、建築物、人体などの多様な題材について、その構造を近代科学的な視点から捉えるための「科学模型」であったことがわかる。

科学模型と未来

日野・徳川両大尉による日本での初飛行は、日露戦争の「勝利」後から続いていた熱気も合わさって、新聞を通して広く報じられた¹⁵。これを受けて 1910 年から 1913 年に、模型業界は「黄金時代」と呼ばれる隆盛を迎える (日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986 : 31)。実際、1911 年の東京国民新聞社主催による第一回模型飛行機競技会をはじめとして、新聞社や市町村などの団体が模型飛行機の大会が数多く開催されている。また、同年には、それまで見られなかった『飛行機模型の造り方』 (河本 1911) や『模型飛行機の研究』 (中川 1911) などの専門のマニュアル本も出版された。さらに、大阪や名古屋をはじめとした東京以外の都市にも専門の模型店や模型同好会ができている (日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986 : 31-32)。

その後、第一次世界大戦後の戦間期になると、模型をめぐるメディア文化はさらに広がりをもつようになる。工作書は、引き続き数多く出版された。そのなかでも、山北藤一郎による『少年技師ハンドブック』 (1930) は有名である。

また、雑誌との関わりでいうと、1920 年代後半までの模型は『子供の科学』などの科学雑誌に製作記事が掲載されており、専門誌は存在しなかった。しかし、1929 年には、日本初の模型専門雑誌『鉄道』が発刊された。さらに 1930 年には、科学技術的な観点から鉄道以外の模型に関する記事も掲載する『科学と模型』が創刊された。また、1933 年には『鉄道趣味』、1936 年には『模型鉄道』といった模型を扱う雑誌の創刊が相次いだ。こうした 1920 年代末から 30 年代にかけての模型誌の創刊は、模型製作の広がりをも前提としているだろう。だが一方で、こうした専門の模型誌は、模型製作の参照点として機能することで模型メディアのあり方自体を方向づけることにもなったと考えられる。

このうち『科学と模型』は、当時から「我が国唯一の模型雑誌」 (『科学と模型』1933

¹⁵ 少なくとも『東京日日新聞』、『東京読売新聞』、『東京朝日新聞』の三紙は、1910 年 12 月 20 日付けの紙面で前日の日野・徳川による「日本初飛行」を伝えている。

年1月号：14)といわれたように、さまざまな題材の模型を扱った総合的な模型雑誌であり、この時代の模型メディアを考えるうえで参考になる資料である。以下では、創刊されて間もない1930年代の同誌から、当時の模型のあり方について検討したい。

まず、「スピード時代に知らねばならぬ 流線形の話」という記事では、「鳥類、昆虫類、魚類の中で「ハイスピード」を出すことが出来る者の外形のみに就いて良く視察して見なさい」として、飛行機や飛行船、自動車などが「流線形」である理由が解説されている(『科学と模型』1930年4月号：14)。これは、科学的な性能を実現する目的から、手段としての外形が注目されていることを示す。

さらに、『科学と模型』の創刊2周年号の巻頭言では、次のような文章が見られる。

文化の歩みは超スピードに進んで行きます。…殊に天恵の産物に乏しい我が国は諸君の奮起を希望して居ります。…模型は発明の母なりと申します。模型製作に努力せらる内に何物かを得られる事と思ひます。益々其の道に精進せられ本誌愛読者より第二のエジソンの生まれ出でん事を昭和七年初頭にあたり希望致します(『科学と模型』1932年1月号：19)

ここでは、日本が「天恵の産物に乏しい」国であることが自覚され、だからこそ「文化の歩み」に追いつくことが必要であることが前提となっている。そうした状況において、模型製作が重要な「何物か」得るための手段として位置づけられ、「模型が発明の母なり」といわれている。直後に「エジソン」が理想とされていることからわかる通り、ここで得るための「何物か」は科学的な「発明」であった。

さらに、「こんな簡単な事から」という記事では、さまざま科学模型の解説のなかで以下の文章が付されている。

今日世上に現はれてゐる、またやがて近き将来に現はれて来るであらう、諸々の機械、装置などは、其根元を導ねてみると、極めて簡単な吾人が日常接触してゐるほんの茶飯事が、組立てられて出来上つて居るので、何にも驚く程のことはないのである(『科学と模型』1930年4月号：30)

この記事では、「やがて近き将来に現れて来る」機械や装置を事前に現実化するのが模型であると考えられている。この時期の模型が媒介した時間的側面は、科学知識を学ぶことによって現実に達成可能な「近き将来」であったのだ。実際、飛行機や自動車、蒸気船機関車が描かれた『科学と模型』の表紙は、そうした科学的機能や未来を媒介する模型の位置を象徴していると思われる（図3-2）。

では、そうした模型メディアの受容者、つまり模型製作の主体はどのような位置にあったのだろうか。

主体としてのエンジニア

しばしば模型製作は「少年」による文化だと思われがちだが、先述した科学模型の成り立ちから考えても、模型はむしろ「大人」が研究する対象であった。しかし、それを「遊び」として使うのは、やはり青少年を中心とした層であったとされる（日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986 : 31）。例えば、1914 年にはすでに「贅沢な汽車模型 大人が夢中で遊ぶ」（『東京朝日新聞』1914 年 8 月 19 日朝刊）という記事があるように、実用的な研究を超えて模型で「遊ぶ」主体についても、けっして「少年」だけに限定されていたわけではなかった。もちろん、この記事でわざわざ「大人」という主語が強調されていることから、基本的には青少年層が多く、そのため「大人」が「遊ぶ」ことは珍しかったことはあるだろう。だが、一方で模型製作が年齢を問わない男性中心の受容者層に広がっていたこと自体はあったと考えられる。

こうした製作の主体が端的に表れている文章が、『科学と模型』の 3 周年記念号の巻頭言にある。

過去三ヶ年に渉りて数多のエンジニアを養成し多大の犠牲を払って競技会を開催し模型製作の普及を計り我が国科学界の為に多大の貢献を為せるは今更申上ぐるまでも御座いません…科学の歩みは年と共に早くなつて参ります科学研究の第一歩模型製作に励まれん事を望みます（『科学と模型』1933 年 1 月号 : 15）

ここでは、現在の模型製作者を総称する「モデラー」ではなく、「エンジニア」という概念で製作の主体が表現されている。メディアの媒介性と受け手のあり方は相互に関係するから、エンジニアとしての模型製作の主体は、先述した「やがて近き将来に現れて来



図3-2 飛行機・自動車・機関車を描いた
表紙（『科学と模型』1930年4月号）

る」科学的な「何か」を「発明」する模型メディアのあり方と密接不可分だと考えられる。

そのなかでも、特に「少年技師」と呼ばれた青少年層は、模型製作の理念的な主体と考えられるようになった。辻泉によれば、鉄道模型のマニュアル本では、「少年技師」という言い方が広く用いられていたという（辻 2008a : 132-133）。同時に、例えば「少年技師必読の知識 発明の仕方と特許の取り方」（『科学と模型』1933年1月号 : 65）といったように、鉄道以外の模型でもこの呼び方は見られる。

では、模型主体が「少年」に照準されていく背景には、どのような事情があったのだろうか。戦間期に文化としての広がりをもつとともに、模型は公権力からもプロパガンダ的な意味合いをもつ「媒体」として注目されることになる。そうした位置づけが端的に表れているのが、官界から模型業界への批判である。当時の官界からの批判は、模型が学校教育や航空界と縁遠くなり、「少年たち」の射幸心を煽るだけになっているという内容であった（日本の模型業界 75 年史編集委員会 : 62）。注目すべきは、それに続けて「模型飛行機をひとつの啓蒙媒体にして、一般への認識を深めていこう」（*ibid* : 63）という主張が展開されていたことである。当時の模型業界にとっても、官界が示唆した方向性に動くことは、「少年」たちへのより一層の模型製作の広がりにつながると期待されたため、決して不利益になることではなかっただろう。

こうした流れのなかで、先述した模型飛行機競技会や、全国模型電気機関車展覧会及競技会、模型モーターボート競技会などの一般向けの大会に加えて、科学と模型社が主催する全国学生科学模型展覧会をはじめとした「少年」に照準した模型関係大会が、新聞・雑誌社や官公庁、市町村によって開催された。こうした「少年」への注視は、次章で述べる1940年代の模型航空教育に展開していくことになる。

本節では、戦前期に主流であった科学模型を中心として、当時の模型の媒介性について検討してきた。だが、当時の模型はそもそもどういう材料で作られ、どのような生産体制のもとにあったのだろうか。次節では、1930年代までの模型メディアの物質性について検討していきたい。

3-3 木製・金属製模型と工業化

模型の材料と産業

日本における模型店のはじまりは、アメリカ合衆国より模型飛行機を持ち帰った外国航路の船員が 1908 年にその材料を売った店である（日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986 : 15）。前節で述べた模型製作の広がりとともに、模型をめぐる産業も形成されていく。1911年には、東京府だけでなく、大阪、京都、神戸などの関西、さらに名古屋や九州、四国にも模型飛行機を販売する専門の業者ができていた（*ibid* : 30）

その後、第一次世界大戦前後に模型業界は一時閑散とするが、1920年代にはアメリカや

ヨーロッパなど海外への輸出も広く行われるようになった¹⁶。さらに、『工場統計表』¹⁷に1919年から「玩具類」の下位分類として「木製」「金属製」の項目が設定された。ここから、戦間期には工業的な分類項が立てられるほどの一定量以上の生産が行われていたことがわかる。

こうした工業的分類と本論文での「模型」がどのように対応しているのかを実証的に明らかにするのは難しいが、前節で挙げた模型誌やマニュアル本における製作法を見る限り、この時代の模型の材料は、模型飛行機については木材が主たる材料であって、他に竹、紙、針金が比較的多く使われていた。また、模型鉄道は、金属製が多く、部分的に木やその他の材料が用いられていた。

そのため、模型産業としては、木製模型では江戸期以来の静岡の木材加工技術が蓄積されていた静岡と、金属製模型では工業化を担う生産組織を発達させてきた東京が重要な生産地として浮上する。以下、木製模型と静岡、金属製と東京に分けてそれぞれの模型の材料面と産業について検討することによって、戦前期の模型の物質性を考える手がかりとしたい。

木製模型と静岡の木材産業

静岡は江戸期から木材産業が発達してきたが、その自然条件的な背景には富士山麓の豊かな森林資源があるとされる（芳賀 2011：11）。また、近世以降の契機としては、徳川家発祥の地であったことが関係している。安土桃山時代には徳川家康があった駿府城の造営があり、さらに江戸期には入ってから徳川家のゆかりの神社である駿河の浅間神社が2度にわたって大造営された。この際に、全国から集められた木工職人が、造営終了後も静岡に住みつき、家具や仏壇、雛人形などの木工産業を発展させていった。これが、現在静岡が「模型発祥の地」とされる所以である（静岡模型教材協同組合編 2011：281）。

こうした技術的・産業的蓄積が近代以降に生まれた「模型」というメディアに結実していく。その典型的な事例が、現在まで中堅模型メーカーとして続く青島文化教材社の前身、青島飛行機研究所の設立である。創業者の青島次郎はもともと静岡の建具屋であった。前節で述べた1910年の日本初飛行に刺激された青島は、それまで奉公に入っていた建具屋

¹⁶ 戦前期における模型の輸出を直接示すのは難しいが、関連するカテゴリーとして「玩具」の輸出統計がある。このうち「木製」は、本稿での木製模型に重なる部分があると思われる。「玩具」は1896年から1937年までの輸出額で140倍に達しており、同時期には陶磁器・鉄製品・綿織糸に次いで第4位の重要輸出品であり、輸出先はアメリカ合衆国、イギリス、英領インドが上位3位であった。また、そのうち「木製」は「玩具」の輸出額の1割強を継続的に占めていた（東京玩具人形問屋協同組合七十年記念事業委員会編 1956：79-80）。

¹⁷ 経済産業省の「工業統計アーカイブス」（<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kougyo/archives/index.html>）による。

を辞め、工員として伊藤飛行機研究所に入所した。当時は実物の飛行機自体、機体が木材で作られており、大工や建具屋が建造や整備を行うのは常識的なことであった。その勤務のなかで青島は、飛行機操縦士の免許を取得し、1924年に独立して青島飛行機研究所を設立した。地元の有力紙『静岡新報』の告知もあって、青島による初の飛行には1万5千人の観衆が訪れたという。しかしその後、自身の飛行機事故をきっかけに、青島は〈実物〉の飛行機から「模型」の飛行機に関心に移す。そして、1932年から模型飛行機を販売する「青島模型飛行機」を設立し、後に製造も行うようになった（スタジオバード編 2001：178-179）。

ここからは、当時の実物と模型の飛行機が非常に近い位置にあるとともに、両者の主たる材料が木製であって、製作技術も共通点を有していたことがわかる。つまり、木製という材料に由来する物質的側面が、前節で見たような「科学模型」というジャンルと密接に関わっていたのである。

しかも、こうした模型の基盤となった木材という素材やその加工技術は、城郭から雛人形までを作り上げていた江戸期からの発展のうえで成立していた。その意味で、当時の模型の物質性は過去（近世）から未来（近代）へと連続しており、「進歩していく未来」という同時期の模型の媒介性とも結びつきやすい状況にあったと考えられる。ここからは、模型において、木材という素材やその加工をめぐる「物質性」と、来たるべき近代の科学を実現するという「媒介性」とが不可分な関係をもっていたことが示唆される。

金属製玩具と工業化

一方、鉄道や自動車などの模型は金属で作られることが多く、近代化に伴う東京の都市部を中心とする地域で発達した。

日本近代経済史を専門とする谷本雅之は、戦間期日本の玩具工業が工業化を担う分散型生産組織の典型であると述べている。近代日本の産業は、いわゆる「問屋制家内工業」などの分散型の生産組織によって発展してきたが、そのひとつに金属加工を中心とする都市部の玩具産業があった。戦間期の都市部において、分散型生産組織による玩具生産が展開した背景には、農村の過剰人口の吸収、多品種生産を行う必要からくる小規模組織の維持と、輸出市場と関わる殖産興業といった多様な理由がある（谷本 2005：232-233）。

3-1で確認したように、近世にはすでに玩具の商品市場は存在したが、明治初期の1887年に江戸期の雛仲間を起源とする東京玩物雛人形問屋組合が成立してからも「玩具」の中心は雛人形であった。それに対し、第一次世界大戦後において東京で本格化した玩具生産は、金属製・セルロイド製・ゴム玩具であった。実際、金属製・セルロイド製を中心とした東京府の玩具生産は、1920年代に増加し、昭和恐慌期の停滞を経て、1930代にさらに急成長している（図 3-3）。こうした工業的な「玩具」カテゴリーと本論文での「模型」がどの程度対応するのかを実証的に明らかにすることは難しいが、模型のうち「模型鉄道」

は金属製の部品が多いため、ある程度「金属製玩具」と重なっていると思われる¹⁸。なお、1937年をピークとして、1938年からは特に金属玩具が急落しているが、これは谷本が指摘する戦時経済下の軍需物資との素材競合（谷本 2005：234）という一般的情勢に加えて、個別的事情としては、次章で述べる鉄道模型の禁止によって金属製模型を扱っていた業者が廃業したことが大きく関係しているだろう。

また、こうした戦間期における金属製模型の普及には、工作面での変化も関わっていると思われる。1923年には、今村善次郎が日本初の化学接着剤「セメダイン A」を発売した。セメダインによって、模型製作は飛躍的に容易になった。それまで模型製作の接着作業には、高価なイギリス製の「メンダイン」やアメリカ製の「セナシチン」などの輸入品がなければ、木製模型に対しては飯粒を練りつぶして作った糊である「そくい」が用いられ、金属ならハンダ付けが行われていた。そのため、国産の安価な接着剤であるセメダインの登場は、模型の製作を容易にした。こうした技術的展開が、戦間期における模型製作の広がり前提のひとつとなっていたのである。その後、今村が設立した今村化学研究所は、その後模型競技大会を組織するなど、模型業界との関わりが深まるが、その背景にはこうした製作実践と接着剤の結びつきがあった。

さて、本節で論じてきたメディアとしての木製や金属製の模型は、少しずつその物質性を変えつつ現在まで連続している。例えば、経営学者の尹大栄によれば、現在の日本のプラモデル業界の形成には、木製飛行機を手がけていた静岡のメーカーと、玩具を中心に生産してきた東京の玩具メーカーからの2つの流れがあるという（尹 2011：14）。この2つの流れの淵源こそ、本節で概観してきた戦前期における木製模型と金属製玩具であると考えられる。

また、現在では、経済産業省の工業統計調査において「プラスチックモデルキット」が「がん具」のなかに分類されていることに対して、「しっくりこない」という感覚をもつ

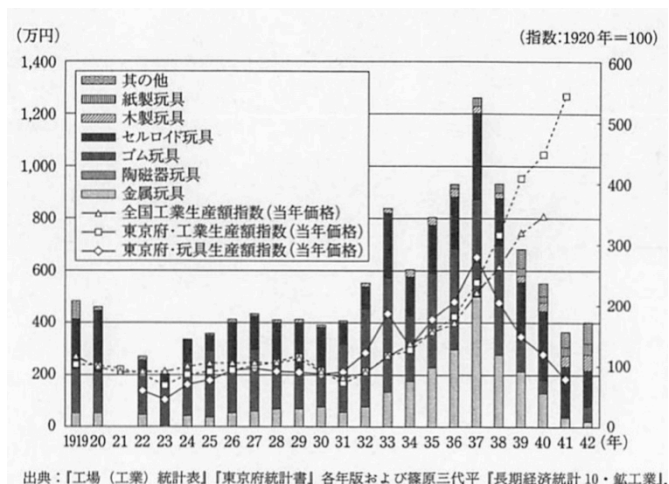


図3-3 東京府の玩具生産額の推移（谷本 2005：235）

¹⁸ 反対に、セルロイド製やゴム製玩具は、1917年を中心として大正期に流行した「キューピー人形」をはじめとする「人形」というジャンルと重なっており、当時の人々が認識する「模型」ジャンルには含まれていなかったと考えられる。実際、本論文で用いた新聞や雑誌の記事では、こうしたセルロイド製やゴム製玩具ではなく、木製の飛行機や金属製の鉄道玩具などが「模型」として認識されている。

モデラーが多いとされる (*ibid*: 15)。しかし、この「しっくりこな」さにもかかわらず、「がん具」に「プラスチックモデルキット」という模型が組み入れられているのは、先述した農商務省『工場統計』時代の分類に由来している。「玩具」の項目が工場統計調査に追加された 1919 年は、模型飛行機のブームであると同時に、都心部で分散型の玩具工業が盛んになっていた時期であった。先述したように、この時期には、いまだ「玩具」と「模型」の両者が社会のなかで明確に分節化されていなかったのである。

3-4 未来の機能を実現するメディア

本節では、以上の 3 節で述べてきた戦前期の模型のあり方を、メディアの媒介性と物質性という視点から、ここまでで触れたものとは別の資料を例に挙げながら小活していきたい。

近代化における模型と〈未来〉

3-1 で検討してきたように、「模型」という概念は、近代化を背景にした「科学」と強く結びついていた。こうした科学模型では、未だ存在しない〈未来〉の時間的位相にある〈実物〉を試作品として形にすることが目指された。

1910 年前後には、戦前期における模型の媒介性が一定の形成をみた。例えば、『東京朝日新聞』の「飛行機熱心の少年…五種の飛行機模型を完成す」という記事では、次のように述べられている。

今年八月の頃軍用気球研究会へ一封の書状舞来り自分は子供の頃より機械好きにて今現に飛行機の模型製作中なるが何卒気球研究会の小使にでも使用されたしと申し込みたる者あり、気球研究会にては又例の発明狂者の類なるべしと考へ…余り深入りせぬがよからんと其れとなく忠告を興与え置きしに…再び同人より気球研究会へ書面来り、…飛行機模型は愈完成し成績も我ながら良好と思はるれば貴会に於て何卒審査下されたしと書面に添え四葉の模型写真を送り来れり…気球研究会にては最近の会議に於て一応其審査を行ひたるがなにぶん審査の事故実験は為し難きも構造すこぶる精巧にして若し本人の通知の如く飛行し得たるものならば将来有望の飛行機たるを望むるに至れり（『東京朝日新聞』1909 年 11 月 22 日朝刊）

ここでは、「少年」が「機械好き」のあまり飛行機模型を作り、それを「審査」してもらうため、写真を気球研究会に送ったことが報じられている。この「少年」は植田庄太郎という 22 歳の男性であって、今日的な言い方では「少年」というより成人した「青年」と言うべき年齢である。また、「例の発明狂者」として理解されていることから、植田氏のような形で模型製作を行う人が目立って多かったことがわかる。

さらに、先の引用に続く部分では、「研究の動機」として「尋常小学校三年の頃其受持教師より現今欧米の各国では人間が飛ぶと云う事を研究中なりとの話を聞き子供心にも非常に面白く感じた」ことが述べられている。ここからは、「人間が飛ぶ」という「欧米」すなわち西洋の進んだ科学への憧れが、模型製作の原動力になっている様子が読み取れる。

以上から、近代化に伴って出現した日本の「模型」は、進歩している西洋の科学を現実化するための手段であり、〈未来〉を媒介する時間のメディアであったといえよう。

科学模型と〈機能〉

3-2 で述べたように、1930 年代までの模型では、外見的な形状に対する科学的な〈機能〉の優位が前提となっていた。ただ、形状への言及が全く出てこないわけではない。例えば『科学と模型』の「中型帆走船模型の作り方」という記事では、木材の部品切り出しからはじまる組立についての説明が終わった後、「出来たとは言うものの各部がガサガサで、大変見苦しいですから、組立て終わってから本調子に形を整えるのです」（『科学と模型』1937 年 7 月号：106）という指示がなされる。たしかに、ここでは模型の「形を整える」ことの大事さが述べられてはいる。しかし、実はその「組立て終わってから」という順序が重要である。この場合、帆走することが目的であって、その実現の範囲内で形への配慮が行われている。したがって、やはり当時の模型は、科学に基づく〈機能〉を実現することが第一義となっていたことがわかる。

また、戦前期には模型の展示会や競技会がしばしば行われていた。なかでも、1933 年より大手模型店の朝日屋・科学と模型社によって開催されていた「全国学生科学模型展覧会」は、先述した同社発行の雑誌『科学と模型』誌上において特集記事が組まれており、その様子を伺い知ることが可能である。しかも、展示会の記事は主催者たる雑誌社の記者や審査員の品評だけでなく、出展者自身による感想文も掲載されており、そうした面からも模型の受容を捉えることができる（図 3-4a）。

では、実際に展覧会の審査基準についてみていこう。まず「作品審査報告」において「審査は設計・機構・外観・性能・技術の各項を採点して最も最高点より順位等級を決定」（『科学と模型』1937 年 7 月号：39）したとある。しかし、これらの要素が同じように重要視されていたわけではなかった。例えば、審査員である李家正武は、特等の第一に選ばれた「電気金庫」という作品を評して「本審査の第一目標の独想力の如何が此出品に於て一層よく表れて」（*ibid*：40）いたと

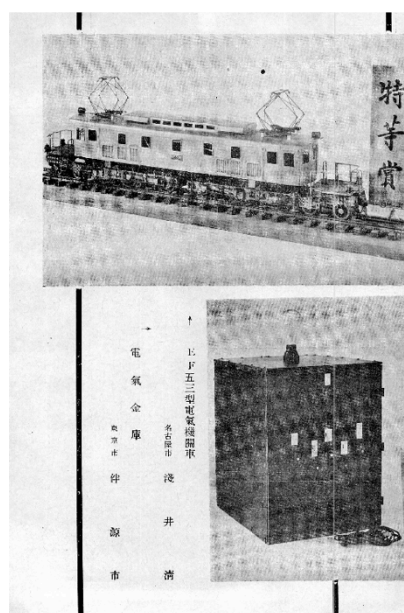


図3-4a 全国学生科学模型展覧会の入選作品（『科学と模型』1937年7月号）

述べている。一方、同じく特等の「蒸気機関車」については、「蒸気機関車の勇壮なタイプを充分表現」するうえ「動作機構に於いても蒸気機関車として自動給油装置、汽笛、安全弁、燃焼装置」なども装備しているゆえに「外観技術共に高得点」であったと評価している（*ibid* : 40-41）。また、続く一等賞については、「自由型軍艦」という作品が「全部自由型、独創的」であったことが評価され、逆に「EF53 形電関」という作品は「実物の通りのスケール」が認められつつも、「一步進んで独創的装置が欲しかった」ことが特等に入れなかった理由として挙げられている（*ibid* : 41）。

また、こうした評価を製作者である「学生」たちはどのように受け止めていたのだろうか。例えば、特等に選ばれた小川重夫による感想を見ると、誌面の 2 頁の分量を割かれた彼の記述うち、ほとんどが設計の意図と詳細なメカニズムの説明になっている。そのうえで最後には、次のように述べられている。

設計は約四年前の昭和九年の夏頃に着手しましたが其の頃はまだ適当なる参考書も無く実物に付諸々研究致しました結果、三ヶ月程を要して設計完成致しました。重なる設計の主旨は性能本位に致しましたから完全なアメリカ型では無く、アメリカ型を主とした合註式で特に燃料の燃焼を良くする為火室を充分広くし、発生蒸気量を多くするためボイラーの直径は型の制限がありますので長さを長く致しました（『科学と模型』1937 年 7 月号 : 53）

ここでは、製作の苦勞とともに、「アメリカ型」の設計からはじめつつも、そこに独自の改良を加えることでより進歩した科学的機能を目指したことが読み取れる。こうした姿勢は、感想文中にある「性能本位」という言葉に集約されている。こうした資料からは、製作者も審査員と同様に〈機能〉重視という模型観を共有しており、そうした基準を十分に内面化したうえで、実現できる技術を身につけた人が上位の入選を果たしていたことがわかる。

以上のような模型誌の製作記事および、展覧会の品評と感想からは、科学的な〈機能〉を実現した模型が最も高く位置づけられ、形状のみを再現した模型は二次的な評価に留まっていたことがわかった。ここから、模型が媒介していた〈実物〉の空間的位相は、外観の形状ではなく〈機能〉であったと考えられる。

戦前期における模型メディアの媒介性と物質性

以上のように、明治から 1930 年代の戦前期における模型は、近代化のなかで科学と強く結びついたメディアとして誕生した。また 3-3 で述べたように、こうした科学模型は、江戸期から連続的に発展した加工技術と産業、さらに明治期以降の工業化に伴って展開した分散型生産組織に支えられて、木製模型や金属製模型としての物質性を成立させていた。

この時代の模型が媒介する対象は、時間的には近代化の理想と関係する〈未来〉、空間的には科学の〈機能〉である。すなわち、木製や金属製の「科学模型」が中心であった 1930 年代までの戦前期の「模型」は、〈未来の機能を実現するメディア〉と総括することができる（図 3-4b）。

未来への私たちの想像力に関して、若林幹夫は、「未来の時間」が「場所」のように想定されていることに注目したうえで、そこでは時間が「空間化」されていると述べている（若林 2014b : 16）。なぜなら、「私たちが見たり、聞いたり、触ったり、嗅いだり、味わったりできるのは、現在ここにある事物だけ」だからである（*ibid* : 21-22）。

こうした指摘をふまえると、模型において、時間的な〈未来〉と空間的な〈機能〉という 2 つの媒介性は、別個の性質ではなく、密接不可分に結びついているといえる。これは、以降の時代の模型メディアを考えるとときにも重要な点になるだろう。

では、このような模型は、戦争が激化する時期に入ると、媒介性と物質性をどのように変容させていくのだろうか。次の第 4 章では、1940 年代の模型メディアについて分析していく。

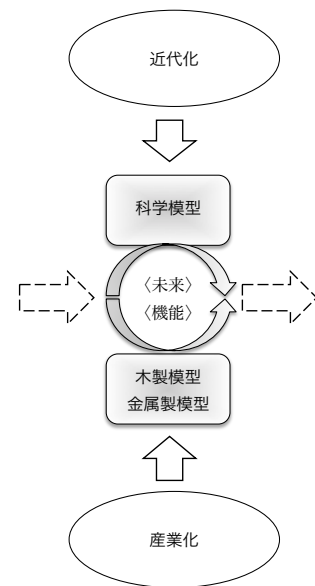


図3-4b 戦前期の模型メディア

第4章 兵器模型と戦争

4-1 模型航空教育と啓蒙

総力戦体制論と戦時下のメディア

近年、1940 年体制論（野口 1995）などの政治経済学的研究、あるいは歴史学における戦時戦後体制論（雨宮 1997）のなかで、戦時下の変革が戦後も含めた日本社会の基盤を形成したことが指摘されてきた。こうした研究動向をふまえて、近年の社会学においては「戦争社会学」という新たな研究領域が構想されている（福間ほか編 2013）。

メディア史の領域でも、狭義の政治的制度に留まらず、新聞やラジオ、映画といったマスメディアの戦争との結びつきが研究されてきた（佐藤卓巳 1998）。さらに、広告（難波 1995）や漫画映画（大塚 2013、雪村 2007）といったメディア文化領域においても、それぞれの対象を取り巻く制度が編成されるうえで、1940 年代の総力戦体制期が決定的な重要性を果たしたことが明らかにされている。

以上の研究成果によれば、1940 年代の日本は典型的な総力戦体制下にあり、「大東亜共栄圏」の確立というスローガンの下、現在遂行中の戦争のために国力のすべてを投入していた。こうした歴史的背景において、模型もまたそのモノとしての、さらにメディアとしてのあり方を変えていく。

戦時下の模型と啓蒙

1937 年以來の日中戦争は、北支事変と称された当初の予測を超え、中国全土において長期化していった。こうした背景から、1940 年代には戦前期の模型をめぐる状況は一変する。例えば、この時期に鉄道模型雑誌は同好会誌まで含めて、軍事上の機密からその多くが姿を消していたことが指摘されている（辻 2008a : 138）。

しかし、鉄道以外の模型にも目を配ると、逆に創刊された模型雑誌があったことがわかる。1941 年には『模型』が日光書院から、1942 年には、『模型航空』が東京日日新聞社・大阪毎日新聞社から創刊されている。この背景には、1920 年代以來続く航空事業の推進（津金澤 1998）といった新聞社側の事情や、題材としての航空機自体が特に真珠湾攻撃以降の日米戦で軍事的な重要性をもっていたこと（山田 1997 : 132-156）が挙げられるだろう。しかし、これらの点だけでは、国家や新聞社が関わる社会的な航空熱一般を説明しえても、なぜそれが他ならぬ「模型」という対象に結実していたかということを理解することは難しい。

そこで注目されるのが、「模型航空教育」という制度の創設である。前章で述べたように、すでに 1930 年代には、模型飛行機を「啓蒙媒体」として活用しようとする発想が公権力の側から出ていた。しかし、そうした動きが本格化するの、1930 年代末からである。

1938 年の国家総動員法制定以降、日本社会の物質的状況は次第に厳しくなっていた。特

に模型業界に関しては、工業分類における「玩具」材料が木、竹、紙などに制限されてからは、金属関係材料を使用していた模型鉄道などの業種が廃業に追いやられた。そのため、模型飛行機を生産していた当時の業界団体が木製の材料も同様に統制されることを危惧



図4-1a 戦時期の「玩具」出荷額（単位・円、『工業統計』より筆者作成）

し、積極的陳情を行うようになったという（日本の模型業界七五年史編集委員会 1986：110）。

前章で述べたように、「金属製玩具」は1937年まで基本的に生産高を増加しつづけていた。しかし、1938年の国家総動員法以降には、「金属製玩具」の出荷額が一貫して低下していることがわかる。だが、さらに注目すべきなのは、そうした金属製とは反対に「玩具（金属製モノヲ除ク）」¹⁹については逆に増加していることである（図4-1a）。こうした生産面の変化からは、戦時下において単に模型が消え去ったのではなく、木や紙に素材転換しつつ、製作実践自体は行われつづけていたことがわかる。

模型航空教育の実施

1940年に成立した第二次近衛内閣のスローガンは、文部大臣・橋田邦彦の著書名に基づいた「科学する心」であった。こうした科学的啓蒙の一環として、少年に身近な存在であり、人気を博していた模型飛行機の利用が構想された（東京高等師範学校附属国民学校初等教育研究会編 1941：125-126、226-230）。その結果が模型航空教育の推進である。

¹⁹ 『工場（工業）統計』にはしばしば項目の変化が見られ、1919年からの「木製玩具」は1938年でなくなり、1939年から1942年までは金属以外の他の材料の玩具とともに「玩具（金属製モノヲ除ク）」項目に一元化された。また、1943年と44年はデータ自体が存在しない。なお「玩具（金属製モノヲ除ク）」項目の1935年から37年の数値については、38年以降に表記されている過年度分における表記を参照した。

実施に至る経緯を確認していくと、1939年には、尋常小学校と高等小学校の正課として模型飛行機製作が採用された。さらに1941年に設置された国民学校では、模型航空教育が芸能科や理数科のなかで、以前より多くの時間を使って積極的に実施されることになった（和歌山県師範学校附属国民学校編 1941）。中心となって推進したのは、文部省の関口隆克らの提唱から設立された模型航空機教育教程編纂委員会である。同委員会での数年前からの審議の結果、1942年に交付されたのが、国民学校に対する『模型航空機教育教程』であった（図4-1b）。その「本旨」が以下の文章である。

国民学校に於ける模型航空機教育の本旨は模型航空機の製作、修理、調整、飛行等を通じ航空に関する知識技能の修練を為さしめ航空思想を涵養し以て国運発展の素地に培ふものとす（文部省編 1942：頁表記なし）

以上のような目標を実現するための手引きが同教程であった。続く「指導上の方針」では、「航空機の進歩が国運の進展と深き関係を有し、特に国防上重要な意義を有すること」を前提として、航空機が「自然の理法の推究に基づく科学研究の所産」だと述べられている。そのうえで、模型の製作によって「材料および構造に関し、科学的態度をもって研究するの気風を養うべし」（文部省編 1942：1-2）という論理が展開された。

こうした模型教育の実施を支援する目的から、1941年、先に確認した雑誌『模型』が文部省内の組織である模型教育研究会の主導で創刊された（図4-1c）。関口隆克は創刊の経緯について、「任地に行ってしまうではお互いに音信をする機会もなくなる」多くの教育者に向けて、模型航空機の「研究機関を作ろうと云うことになってこの会が生れ、そして連絡及び研究の舞台として」発刊したと述べている（『模型』1943年4月号：4）。このような模型教育運動の経緯からは、すでに形成されていた科学と模型の結びつきを前提にして、模型の啓蒙メディアとしての利用がより進められたと考えることができる。



図4-1b 『模型航空機教育教程』
の表紙（文部省編 1942）



図4-1c 模型航空教育に特化した

『模型』の表紙（1943年4月号）

4-2 兵器模型と戦争

模型と軍事の結びつき

模型教育の運動と並行して、1940年代の模型には、それ以前より強い軍事との結びつきが見られるようになる。戦時下の模型誌について検討すると、まず工学分野の研究者による科学的記事という、戦前期からの連続がみられる。

例えば、『模型航空』には創刊号から、東京帝国大学助教授・木村秀政による模型をめぐる科学的考察が巻頭に毎号連載されていた。しかし、そこでも戦前期とは違った模型についての理解が伺える。

模型飛行機を飛ばせて、空高く舞い上がって行く小さな機影を凝視してみると、自分の心がそれに乗って昇っていきやうに感ぜられて、何ともいへず楽しいから不思議である。この楽しさはすべての模型飛行家に共通なものであらうが、日本中の人たちをこの楽しさで捉へてしまふことこそ、我国を世界一の空軍国にするに必要な基礎工事であらうと思ふ。模型航空の指令は、先づ第一にそこにおかれなければならぬと信ずる

模型飛行機は何といつても性能第一である。性能の悪いものは、どんなに工作が見事であらうが、飛びぶりが美しからうが、本流を歩んでゐるとは云へない。...今よりももつともつと性能のよいものを作り、メリケンやソ連の記録を足下に蹂躪することこそ、我が高級模型航空の行くべき本筋であると思ふ（『模型航空』1943年8月号：1）

木村は、まず「模型飛行家に共通」の「楽しさ」を語っている。だが、その「楽しさで捉へてしまうこと」は、「我国を世界一の空軍国にするに必要な基礎工事」だということ。これは、模型航空の楽しみが、日本の軍事を強化するための手段として位置づけられたことを示す。また、続く文章では、模型飛行機は「美しさ」よりも「性能」が「第一」だと述べられている。しかし、こうした「性能のよいものを作」ることも、「記録」上とはいえ「メリケンやソ連」を「足下に蹂躪する」ためであった。

こうした文章からは、1930年代以前における〈機能〉の重視は持続しているものの、新たに「日本」や「軍事」といった要素とのつながりが強くなってきたことがわかる。

さらに戦時期では、国家や軍事的要素をより直接的に模型に見出そうとする姿勢があった。それらの記事は、佐官級や将官級の高位の軍人によって書かれていた。こうした軍人による記事が、1940年代の模型誌にはしばしば掲載されている。例えば、この時期の『科学と模型』では、海軍中将・濱田吉治朗が「海戦の科学を語る」という記事を書いている（1942年10月号：9）。

そのなかでも特に、陸軍航空総監の陸軍大将・土肥原賢二による次の文章は、戦時期の模型の位置を端的に示している。

模型航空の特長は、それ自身青少年の興味の中心であつて、極めて容易に入り得、かつ自然のうちに航空に対する愛着と理解を獲得し得る…従つて、これが正常なる普及と発達によって国家が得べき便益は誠に期して待つべきものがあり、ひとり陸海空軍のみならず、ひいては大東亜共栄圏建設のためにも極めて大なる寄与をなすものと信ずる（『模型航空』1942年8月号：1)

土肥原は、模型航空が「興味の中心」と航空への「理解」と同時に、直接的には「陸海軍」、究極的には「大東亜共栄圏建設」のために「寄与」するものだと述べた。ここには、模型航空の大衆の人気と科学の側面という1930年代以前からの連続性も伺える。しかし同時に、西洋を理想とした姿勢は消滅し、代わりに軍事的要素や帝国日本が模型と結びつくようになっている。

このような記事から考えると、戦時下の「模型」は、科学を伝える啓蒙メディアや大衆的な人気をもつ娯楽メディアであることを超えて、帝国日本に資する「兵器」の知識を伝えるメディアとなっていた可能性がある。こうした模型の位置を象徴的に示しているのが、次の『模型航空』の表紙である（図4-2a）。ここでは「撃ちてし止まむ 模型は兵器だ」として、戦時下に形成された「兵器」という新たな模型のあり方が明確に表現されている。

兵器模型と少国民

軍事と模型の関係は、戦時下に登場した「兵器模型」という新たなジャンルに結実していた。では、兵器模型とは、どういった媒介性を形成していたのだろうか。

例えば、1942年には教育学者の横井曹一によって『兵器模型』（横井 1942）という工作書が出されている（図4-2b）。横井は、小学校教諭を経て高等師範学校教授になったという経歴の持ち主であるが、教育学においては現在でも、大正新教育時代以来の「自由主義」に基づいて、生徒の自主性を発揮させる「改革的」な手工教育を推進した人物だとされている（菅生 1995）。この事実は、同時期に実施された模型航空教育という制度と「兵器模型」というジャンルが密接に関係していたことを



『模型航空』の表紙（1943年3月号）



図4-2b 『兵器模型』の表紙（1942）

示している。その意味で横井による『兵器模型』は、模型航空教育と深く結びついた「兵器模型」の理解を捉えるうえで、重要な資料となる。

まず、同書の冒頭で、横井は「少国民のみなさん」という表題のもと、こう語りかけている。

皆さんは、誰でも工作は好きでしょう。殊に軍艦や、飛行機や、高射砲のような、勇ましい兵器を作ることは、きっと大好きでしょう。僅かな道具で、いろいろの材料を工夫して、こつこつと根気よく作って行くその楽しみは！又一つのものが出来上がった時の愉快さは！本気で工作した人でないと味えない、大きな楽しみです（横井 1942：1）

この書物は、大体国民学校の五六年生の方を目標にして書きました。…何れも兵器の模型で、皆さんに喜んで作っていただけるものばかりを集めました（*ibid*：5-6）

語られたのは、「勇ましい兵器」を題材とする模型製作が、皆の「楽しみ」でありつつ、そうして培われた「頭と手の両方」が「皇国の発展」にもつながるという内容であった。こうした言表からは、模型が従来の「科学模型」における科学や工作に加え、軍事や国家といった要素と強く結びついていたことがわかる。科学と模型の結合自体は、先の雑誌記事とも共通する。しかし、ここではさらに、「兵器模型」というジャンルが、戦時下に形成された「少国民」を明確な担い手として想定されていたことが読み取れる。

尋常小学校と高等小学校が国民学校に改組されたこの時代の日本は、少年や少女が「少国民」として大人と同様に、軍事教練や勤労奉仕などで戦争に動員された社会であった。こうした少国民に戦争遂行の重要性を啓蒙するために、すでにその魅力が広く認知されていた模型メディアが利用されたのである。

戦時下の模型と現在

さらに同書の中身を分析していくと、そこに掲載されたのは、カタパルト、鉄兜、機関銃、防毒面、高射砲、飛行機、潜水艦、装甲自動車、戦艦、グライダー、モーターボート、戦車、航空母艦などの「模型」の製作法であった。そのうち、「スクリューで走る戦艦の作り方」（*ibid*：第9章）や「簡単でよく飛ぶ模型飛行機の作り方」（*ibid*：第13章）などの項目は、科学的な〈機能〉が強調されている。

しかし、新たな模型への理解も見られる。第一に、「スマートな潜水艦の工作」（*ibid*：第7章）や「勇壮なる戦艦の設計と製作」（*ibid*：第11章）といった項目からは、外観的な美が求められるようになっている。例えば、製作上の注意が、「実際の戦艦は大変に複雑なものでありますが、要点だけを作って戦艦らしい特徴を表はすように」や「船の特徴を十分表はすやうに形を作り」といった言い方でなされている（*ibid*：96）。もちろん、前章の3-4で模型展示会の品評について検討したように、戦前期にも外見の仕上げが無視

されていたわけでなかった。しかし、戦時期に見られるのは、そうした外観を「勇壮さ」や「本物らしさ」として、より重視する姿勢である。

第二に、「簡単に出来る鉄兜」（*ibid*: 第2章）や「高射砲の設計と製作」（*ibid*: 第5章）といった項目には、これまでの時期にみられなかった「実用性」がある。もちろん、実際の武器や防具よりは簡略化されているものの、鉄兜などは〈実物〉のサイズ通りで頭に被るために作られている。また、高射砲は当然、実際の戦闘に役立つ性能では到底ないものの、竹と木を砲身の主材料として、豆玉を飛ばせる使用となっている。このように、兵器模型の概念には、ある種の実用性が強く含まれていた。ここからは、戦時下では〈実物〉と模型が限りなく近接していたことがわかる。

以上2つの点に共通するのは、〈いま・ここ〉で現実に行われている「戦争」との関係である。戦争のリアリティを媒介するためには、実際の兵器の「勇壮な」外観を伝える必要があり、実際の戦闘での実用性が必須となるからである。こうした兵器模型を戦前期の科学模型と比べるならば、来るべき〈未来〉といった時間の媒介性は消失し、代わって目下遂行中の戦争に関係する〈現在〉の時間的位相を媒介するようになったと考えられる。

さらに、戦時下の物資不足がきわめて深刻になるにつれて、模型の物質性も変わっていくことになる。次節では、そうした状況について検討していきたい。

4-3 物資不足と代用材

物資不足と模型の物質性

戦争の長期化に伴う物資不足から、模型の材料も変わらざるをえない。例えば、新聞紙上で「割箸一本、竹ひご約二十糎一本、画用紙四つ切り一枚、糊、糸、針」のみで作れる製作法が紹介される（『読売新聞』1940年10月27日朝刊）ように、太平洋戦争開戦前にはすでに模型飛行機の方法面での「工夫」が広く語られていた。

だが、1940年代初頭までは、木材を中心とする模型航空用の材料に関しては、比較的有利な供給体制のもとにあった。例えば、価格統制令に基づいた1942年の告示では、先述の教程に沿って初等科六学年と高等科二学年の学年別に分けられた「国民学校教材用模型航空機材料」と、丸竹ヒゴや木製棒などの材料・形状別に定められた「一般航空機部分品」とが区分されており、前者は後者より安価に抑えられていた²⁰。

しかし、1941年の日米戦開戦以降、戦争はさらに激化していき、この時期の模型誌でも「撃ちてし止まむ」といった戦時スローガンが頻出するようになる。

例えば、『模型』の1943年5月号には「航空戦力の増強に邁進せよ 撃ちてし止まむ」という表題の記事が掲載されている。そこでは、まず「敵英米」が「膨大なる物質力を総

²⁰ 『官報』「商工省告示第四八一号」（昭和17年4月30日付）。

動員して我国に必死の反攻を企てて来」ている現状と、「敵の頼む物質力」が「その大部分を航空勢力の増強」に向けて居るという分析が述べられる。英米に対抗するには「航空知識の養と、その理科的知識、工作の技能を養ふ」ことが必要だが、その理由は日本において「資材の不足」という絶対的な状況があるからだとされる（『模型』1943年5月号：5）。

こうした記事では、前節で論じた「兵器模型」としての理解とともに「資材の不足」という点がそれ以前の時期にも増して強調されるようになっているのである。では、戦時下の物資不足のなかで、模型の物質性はどのように変容したのだろうか。

代用材のブリコラージュ

日米戦の開戦当初には行われていた模型航空教育への優先的な資材供給も、長くは続かなかった。その後何度かの改定があったが、1945年4月には「国民学校教材用模型航空機材料」と「一般航空機部分品」の区分は廃止され、まとめて「細木」や「合板」といった大きな分類項目での価格指定に至った²¹。

このように戦局が悪化する時期になると、以前の金属に加えて木材や竹、紙などの材料不足も深刻になっていた。しかし、こうした状況でも模型製作は断念されない。そこで、廃材や身近な植物が模型の「新材料」として用いられることになる。1943年から敗戦までの時期の模型誌には、こうした代用材についての記事がみられる。

例えば、『模型』では、次のように述べられている。

いくら高性能の飛行機でも、滑空機でも、又他の工作教材でも、入手困難な資材、又は、高価な材料によるものでは普遍的ではない。本誌の設計図は…材料も総て手近なもののみである。其の他何か代用材に依る製作でも性能に変化ないものばかりである。「材料は野に山に押入れに」である（『模型』1943年5月号：20）

また、『模型航空』でも、「軽量素材としてのススキの優秀性に就いて」という特集が数頁にわたって掲載されていた。

何台も何台も材料を吟味して作つて居る中に、ススキが軽量模型機の胴体材料としては実に良い材料である事がわかりました（『模型航空』1943年8月号：3）

市販の檜や松は全然使ひません。至る所の山野にススキが生え居いますし、しかも上述の様に良い材料である事が判つたからです。…一般にススキは極く弱いものと考へられがちですが、

²¹ 『官報』第五四七〇号「農商省告示第二二八号」（昭和20年4月12日付）。

案外丈夫なもので其の証拠には炭俵に使つてあるススキの茎は仲々折れて居りません。実際に模型飛行機に使つても手ぎは良く作れば自分で激突しても絶対破壊しません (*ibid* : 4)

さらに翌年には、ススキの穂莖やコスモスの莖、ヨシ、カヤ、アカザなどを用いた「代用機材による模型航空機概説」が論じられている。これは「資材不足を如何に打開して模型航空機教育を実施せんかと、ここ二個年間…模型機として強靱・軽量・製作容易・安価といふ四點に主眼を置き、代用材料の研究を続けて来た」成果であった（『模型航空』1944年4・5・6月合併号：2）。

こうした記事に伺える戦時下の模型製作は、モノをめぐる「ブリコラージュ」という視点で捉えられるべき文化実践だろう。ブリコラージュは、C.レヴィ=ストロースに由来にする概念で、現在の課題を達成するために、手持ちの道具・材料を組み合わせて自分の手でモノを作ることをする（Lévi-Strauss 1962=1976 : 1-41）。その道具や材料は、計画的に収集されたのではなく、偶然の結果もたらされた。

これを製作主体の側から言い換えると、戦時下の模型製作者は、それ以前の「エンジニア」ではなく、職人もどきの日曜大工としての「ブリコルール」であったということができる。ブリコルールが使う材料や道具の集合は、ある計画によってではなく、その潜在的な有用性によって定義されるのである。

以上のように戦局が悪化する時期になると、従来見向きもされず、模型に使用されることのなかった身近な植物が、代用材として模型材料に組み入れられるようになった。こうした模型のあり方は、総力戦体制に伴う物資不足における強いられた状況ではあったが、それによって模型の材料・製作面でのブリコラージュ的な工夫が培われたとも考えられる。日本社会における模型は、奇しくも戦時下の極限状況のなかで、あらゆる利用可能な材料を総動員して目的を達成していくという独特の文化を発達させたのである。

帝国日本における適材料

代用材は、当然ながら積極的に開発されたわけではなく、戦争の長期化に伴う物資不足が最大の理由であった。もちろん、模型誌でもこうした窮状は隠されているわけではない。しかし、同時に新たな物質性に積極的な意味が見出されていることにも注目すべきである。例えば、先の「代用機材による模型航空機概説」記事を受けた「編集後記」では、以下のように述べられている。

物によると代用材の方が却って優秀で代用材どころか文字通りの適材と思へる物もある。中鉢氏のすすきの研究、中村氏の各種代用材の研究は、これらの物が代用材といふより、新材料または適材料といへる事を知らしめるもので、この工夫努力が今日の日本に最も必要である（『模型航空』1944年4・5・6月合併号：33）

こうした記事には、厳しい物質的状況であるからこそ発見された身近な「新材料」が、「適材料」として再解釈されるという逆説的な論理がある。そして、その「適材料」は「日本」というナショナリティと強く結びつけて語られていた。敗戦以前に発刊が確認される最後の号では、こうした位置づけがさらに強くなっている。

わが國は太古からトヨアシハラのみづほの國といはれる程で、材料は日本全國いたるところに在り余るほど茂つてゐます。模型機の資材不足の折から、ぜひ大に全國で活用したいものです（『模型航空』1944年9月号：18）。

引用文の直前では、「代用材としての葦」の「優秀」性を示すため、葦の茎と檜棒とを比べた「自己流の性能試験」の結果が述べられている。ここでの葦という模型材料は、「トヨアシハラのみづほの國」である「日本」だからこそ存在する「適材料」と位置づけられたのである。

ここで確認しておきたいのは、当時の「日本」は現在とは異なる意味を帯びていたことである。日本思想史を専門とする米谷匡史によれば、日中戦争期の「東亜共同体」論からアジア・太平洋戦争期の「大東亜共栄圏」論に至る流れは、日本帝国主義の覇権と東アジア民族運動の抵抗のなかで現れた、特異な思想であった。「大東亜共栄圏」の思想は、アジア諸民族が共生する広域的な空間として、「日本」の勢力圏を再定義した理念である。こうした普遍主義的理念が前面に出ていたことは、どちらかという特殊性によって自己定義することの多い日本の歴史のなかで、例外的な現象だったといわれる（米谷 2006：120-127）。

そうした戦時下での特殊な言説状況が、物資不足にもかかわらず模型製作を推進しなければならぬ力学と合わさった。その結果として、「西洋」由来ではない身近な植物からなる「適材料」から模型を製作する「工夫」が、戦時下における「帝国日本」の〈理念〉と結びつけられることになったと考えられる。

それでは、ここまでの3つの節で検討してきた総力戦体制下の模型は、いかなるメディアだと総括できるのだろうか。

4-4 現在の理念を体現するメディア

本節では、以上の3節で述べてきた戦前期の模型のあり方を、メディアの媒介性と物質性という視点から小活していきたい。

模型航空教育と兵器模型における〈現在〉

明治期以降、1930年代までの模型は〈未来〉や〈機能〉を媒介するメディアであった。しかし、1940年代の戦時期には、大衆の人気に着目した啓蒙的な模型航空教育が実施された。それと並行して模型は、軍事知識を涵養する「兵器」として規定されるようになった。

それでは、模型が媒介する時間的側面はどうだろうか。3-2で挙げた『兵器模型』では、以下のような内容が語られている。

今！日本の国には、頭と手の両方がよく利く立派な人が、どんなに沢山あっても足りない時です。どうか全日本の少国民の皆さん！この兵器模型工作によって、皆さん自身の眼を練り、手を養い、頭を作って、皇国の発展の為に、貴い身命を捧げて下さい（横井 1942：6）

横井による「今！」という表記は、現在という時間を強調したものである。ここからは、当時の模型製作に、今まさに遂行中の戦争に資することが要求されていたことがわかる。

合わせて考えたいのは、模型のなかでもエンジン機やガソリン機が、物質面では最も浪費的であるにもかかわらず重視されていたことである。例えば、『模型航空』1944年9月号では「エンジン機研究」という特集が組まれ、その巻頭記事「ガソリン機設計製作の基礎」では、「ガソリン機は模型の中で最も実物機に近い性質をもっている」ことが強調されている。同号の「編集後記」には、次のような記述がある。

模型は従来青少年の航空教育の第一階程としての重要性を専ら認められてゐた。然し最近実物機研究に利用しようとする機運が、各方面に高まりつつある...整備員の教育をする場合、ガソリン機を取り扱った経験のある者は、他の者に比べて訓練時間が半分ですむ（『模型航空』1944年9月号：24）

このように、戦時下では、ガソリン機や兵器模型のような「今すぐに役に立つ」実用性をもつ模型が評価されるようになっていた。時間のメディアという視点からそうした状況を捉え直すと、戦争の現実と合致していくことが求められたゆえに、当時の模型が〈現在〉の媒介性をもつように変化していったことがわかる。

代用材にみる〈理念〉

また、模型の物質性に関しては、国家総動員法のなかで規制された金属素材はもちろん、総力戦体制における深刻な物資不足のなかで、木材などの従来模型に多用されていた材料も入手困難になってきた。そのため、1940年代には、廃材やススキ、葦、コスモス、ヨシ、カヤなどを野原に群生する植物が用いた模型製作が構想されたのだった。こうした手持ちの資源を総動員して目的のモノを製作する「工夫」自体は、入手可能な素材を縦横無尽に

用いるブリコラージュ的な製作実践として、戦後の模型文化における「改造」などの行為につながっていくと思われる。

しかし一方、こうした代用材によって作られた飛行機などの模型は、「大東亜共栄圏」という帝国日本の理念に関わる意味を付されていた。

ススキは軽量機の胴体材料としてのみでなく、各種模型機の色々の部分に応用されます。...ススキは竹と同様大東亜共栄圏特有のものの様ですが、我々は天恵に感謝すると共に、せいぜい之を活用したいと思ひます。竹は昔から色々な細工に使はれて居る関係上模型製作にも無くてはならぬものとなつて居ますが、反対にススキは他に余り利用の途が無い為、模型機には優秀な材料でありながら今迄全然閑却されて居りました（『模型航空』1943年11月号：8）

ここでのススキは、「大東亜共栄圏」に「特有」の材料と規定されている。当時の「日本」は、日本列島を大きく超えて北東・東南アジアにわたる帝国日本の中心と位置づけられていた。したがって、代用材による兵器模型は、帝国日本の〈理念〉を媒介するメディアであったといえるだろう。

戦時期における模型メディアの媒介性と物質性

以上のように、1940年代前半の模型メディアは、国家があらゆる資源を投入した戦争という現実のなかで形成された。軍事知識の啓蒙を目指した模型航空教育と関係して、兵器模型という新たなジャンルが登場した。しかし、総力戦体制における物資不足から、従来と同等の木材や金属といった素材を用いることは難しくなっていた。そのため、代用材としてのススキや葦によってなんとか形にするブリコラージュが発達し、それがさらに帝国化した「日本」という理念と結合していった。

これらを総括すると、戦時下の模型が媒介する〈実物〉は、時間的には「戦争」を遂行する〈現在〉、空間的には「大東亜共栄圏」といった帝国日本の〈理念〉であったといえる。すなわち、代用材による「兵器模型」が中心であった1940年代の戦時期の「模型」は、〈現在の理念を体現するメディア〉とまとめることができる（図4-4）。

では、敗戦を迎えた後、模型の媒介性と物質性はどのように形成されていくのだろうか。次の第5章では、1945年以降の模型メディアについて検討していく。

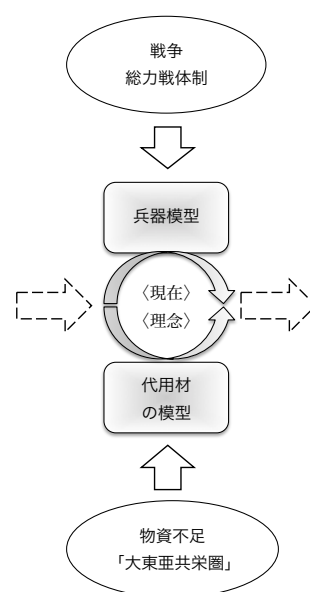


図4-4 戦中期の模型メディア

第5章 スケールモデル／プラスチックモデルと戦後社会

5-1 戦争／占領期における模型

模型航空教育の「楽しみ」

当然ながら、敗戦によってすべてが変わったのではない。歴史学における戦時戦後体制論（雨宮 1997）をはじめとして、戦中と戦後を連続した時代として扱う試みは多い。そのため、戦前／戦後という区切りは便宜上のものにすぎない（有馬 [2002] 2010:357-8）。

前章で検討してきたように、戦時下の思想状況のなかで模型航空教育が実施され、総力戦体制下の物質的状况のなかで兵器模型というあり方が形成された。戦後の模型には、そうした戦時からの連続性が強くみられる。本章では戦後社会における模型メディアの媒介性と物質性について検討していくが、まず本節では、占領期における模型について記述していく。

はじめに確認したいのは、後に大手模型メーカー・田宮模型（以下、タミヤ）の社長となる田宮俊作による少年時代の回想である。田宮は 1934 年静岡県生まれで、早稲田大学卒業後、父が経営する田宮商事に入社する。同社の前身は戦前期に運送業であったが、戦後に製材業に転身、1946 年に田宮商事となる。その後、1947 年に木製木工部門を設立し、さらに 1953 年には一般建築材の製造・販売をやめ、模型専門メーカーとなった。このようにタミヤは、戦中期以来の学校教材用の材木をおろす事業から、模型の専門メーカーとして業界の中心に位置する存在へと推移した。その立役者であった田宮俊作が自身の原体験と語るのが、戦中期の模型航空教育における飛行機の製作である。

私の模型初体験は、学校の授業で作った飛行機模型です。1942 年、小学二年生の夏でした。…学校教材が模型の世界の入口だったのです。…飛行機模型といっても、簡単なつくりのグライダーです。上等なものではありませんが、遊び道具の少ない時世だっただけに、みんな大喜びでした。…幼稚園のころから飛行機が大好きだった私は、この日が来るのを待ちわびていたのです。やっと手に入れた宝物のように、はしゃぎました（田宮 [1997] 2000:19）

もちろん、ここでの田宮の記述には、後の時代から振り返ったことによる誇張があるかもしれない、必ずしも当時の感情そのままでない可能性がある。しかし、ここではひとつの解釈として、素朴に理解しておきたい。この田宮の記述に見られるのは、物資の欠乏した戦時中において貴重なモノを作る「喜び」である。

さらに、模型製作は学校の授業内で終わらなかった。しかし、それは「宿題というより、家に帰ってからの楽しみ」（田宮 [1997] 2000:20）であった。ここからは、模型製作が少なくとも一部の少年たちにとっては「楽しみ」を感じる娯楽的なメディア受容となっていた可能性が示唆される。さらに注目したいのは、次のような思い出である。

グライダーが手から離れる瞬間の感触は、何度飛ばしてみてもゾクゾクとするものがありました。自分の指先と飛んでいくグライダーが、見えない糸でつながっているような不思議な感動がありました。その日はあきることなく何回も何回もグライダーを飛ばし、斜面を登り降りし、友だちと日が暮れるまで遊びました (ibid : 23)

田宮の述懐が示唆するのは、模型を作ったり飛ばしたりする「楽しみ」が、モノに感じる質感と深く結びついていたことである。

W.ベンヤミンは「おもちゃの話」というエッセイで「おもちゃに対していちばん影響力のある修正を行なうのは、決して教育者や製造業者や文士などの大人ではなく、子供たち自身が、遊びながらそうした修正を行なう」 (Benjamin 1928=1996 : 59) と指摘している。この視点を応用すると、戦時下で模型教育を推進したのは、まさに文部省の関口隆克ら「教育者」や模型関係の「製造業者」であったし、『兵器模型』の解説文を書いたのは教育学者の横井曹一という「文士」だった。そして、啓蒙的意図とは相対的に独立した水準で、「少国民」であったはずの田宮が「遊びながらそうした修正を行な」っていたのである。

もちろん、戦時下の模型航空教育における製作は、〈現在〉の戦争遂行をめぐる軍事知識や「大東亜共栄圏」の〈理念〉も伝達していただろう。しかし、実際の「少国民」による受容の局面では、兵器の「かっこよさ」は残る一方で、思想性はある程度剥落していた可能性も考えなければならない。模型製作の楽しさは、模型航空教育のねらいとは別の位相にある「物質性」に即した実践によってもたらされていたのである。

実物の禁止と模型の自粛

それでは、こうした戦時下から敗戦を迎えた後、戦後初期の模型はどのような状況にあったのだろうか。敗戦後の占領改革を主導した GHQ によって、1945 年 9 月、航空機的设计・製造を禁止する「航空禁止令」が出された。後の時代から振り返ると、このときの GHQ の意図はあくまで〈実物〉の飛行機の研究を禁じることであって、航空機の「模型」(model kit) は含まれていなかった。だが、当時の模型関係業者が「愛好家の飛ばす模型もダメ」と早とちりした結果、自粛的に模型飛行機の製造・販売も行われなくなったという (日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986 : 154-155)。

ところで、このエピソードほど、占領期における模型の位置づけを示している例はないだろう。前章で明らかにしたように、戦時中には「模型＝実物」の強いつながりが形成された。そして、占領期の模型の自粛の動きからは、当時の関係者の理解においては、模型飛行機は実物の飛行機とほとんど区別されていなかったことがわかる。戦後初期の占領下でも、戦前期にはじまり、戦後期に強力に編成された実物と不可分な模型という理解が、

少なくとも業界関係者には共有されていたのである。

科学模型の復権

しかし、その後 GHQ の指令内容に模型飛行機は含まれないという理解が徐々に広がり、模型の生産・販売は次第に再会されていくことになった。戦前期に盛んだった競技会も復活し、1949 年には「第 1 回全日本模型飛行機大会」が開催された。では、こうした時代の模型誌は、模型というモノとの関わり合いをどのように提示していたのだろうか。

辻泉は、敗戦後の『科学と模型』（1947 年 2・3 月号）の目次から軍艦や戦闘機が完全に姿を消し、鉄道専門雑誌であるかのようなようになったことを示し、その背景に「富国強兵」が消え去って「殖産興業」に特化した日本社会の変化があることを指摘している（辻 2014 : 73）。たしかにこうした側面はあったと思われる。

しかし、模型というモノがいかなるメディアとなってきたのかを問題意識とする本稿の視座からは、別の側面が伺える。同時期における『科学と模型』の誌面を仔細に検討すると、明示された戦時からの断絶と比較的見えにくい継続が浮かび上がってくるのである（図 5-1a）。



図5-1a 「快走」と名付けられた表紙
（『科学と模型』1946年6月復刊第一号）

戦時中当局の命に依り休刊して居りましたが…戦時中は模型といへば航空機と模型航空機製作を通しての軍閥の戦争へのかりたてに依り学校の工作科を始としてもものすごい勢で全国に流行しました。戦は終わりました…今回の敗戦の原因は申上げるまでもありませんが科学に敗れたのです。…敗戦国日本を救ふ道は若きエンジニア諸君の双肩にかかって居ります。…科学日本建設の為（『科学と模型』1946 年 6 月復刊第一号 : 2）

ここでは、軍事思想の消滅と戦争に模型が利用されたことに対する指摘と合わせて、「戦争へのかりたて」の主体が「軍閥」に一元化され、敗戦の原因が「科学」だとされる。一方、「科学日本建設の為」という目標が掲げられており、「敗戦国日本を救ふ」科学は推奨される。つまり、戦争をもたらす「悪い科学」と建設的な「良い科学」が区別されているのである。

こうした記事からは、科学が重要という認識自体は変わらず、科学と模型との結びつきが戦後も消え去っていなかったことがわかる。科学模型の復権は、1940 年代後半から 50

年代初頭まで広くみられる。例えば、戦後に創刊された『模型少年』²²では、「新年のこ
とば」というコーナーで、次のエピソードが紹介されている。

上野の科学博物館に、田口さんをおたずねした日のことです。…折から小学校や中学校の生徒の団体観覧者で…ミカンの皮、カキの種、ブドウのたべかす、そして紙くずの山です。…もし、模型というものを通じて、機械とか科学とかいうものに、少しでも親しみと理解とをもっている生徒だったら、科学博物館の中に、自分のたべた物を吐き散らすような不作法はしないだろう（『模型少年』1950年1月号：7）

この記事の著者は、科学模型というあり方を前提に、単なる知識のみならず、規範的な意識をも身につけることができると主張している。ここでの「科学＝模型」という理解は、まるで1930年代以前の時期に回帰したようである。社会的背景を考えると、戦中期に目立った軍事知識や帝国日本の〈理念〉との媒介性が消えたことが影響しているだろう。その結果、1930年代以前の戦前期に中心的であった、「未来」の科学を媒介する模型のあり方が復活したのである。

占領期における模型

しかし、この時期でさらに重要なのは、必ずしも戦時期の模型にあった媒介性のすべてが消え去りはしなかった点である。1950年に朝鮮戦争が勃発すると、戦争で「活躍」する戦闘機の模型が発売され、人気を博すことになった。例えば、1950年に富山玩具製作所²³（その後のトミー、現・タカラトミー）がアメリカ軍のB29爆撃機の模型「B29双発プロペラ回転式飛行機」を発売し、世界的なヒットとなった。また、1950年創業した萬代屋（その後のバンダイ、現・バンダイナムコホールディングス）、は1951年になるとB29をデフォルメしたオリジナルのブリキ製玩具「B26」を発売した（櫻田2009：32-35）（図5-1b）。

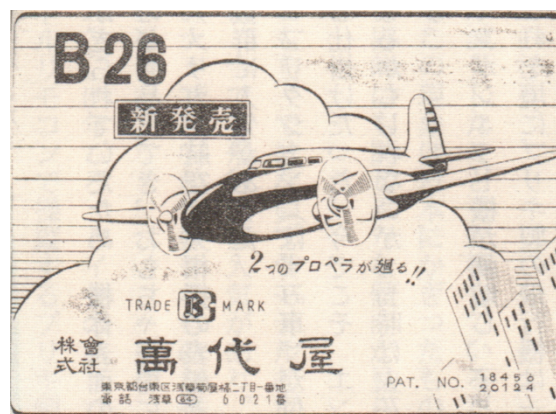


図5-1b 萬代屋の「B26」（1951）

²² 『模型少年』は、1947年に創刊された『モデランド』が、1949年に『模型少年』という誌名にリニューアルされた模型専門雑誌である。

²³ 富山玩具製作所は1924年東京・西巢鴨で創業した。第3章で述べたように、戦前期からの東京を中心とする玩具メーカーと、静岡を中心とする木製模型メーカーの二つの企業群が起源となっており、戦後の模型業界を形成する。

このような 1950 年代初頭の朝鮮戦争で用いられたミリタリー兵器の模型や玩具の流行からは、戦時下の「現在」を媒介する模型のあり方が継続していたと考えることができる。敗戦後、国内では具体的な戦闘こそなくなったものの、1951 年まで依然として占領下にあった日本では、米軍の戦闘機が空を飛び、米軍払い下げの輸送車が道を走るの、ごく日常的な風景であった。さらに、朝鮮半島に目を向けると、「熱い戦争」が今まさに行われている状況にあった。こうした時代状況のなかで、ある種の「戦時」的な気分が持続し、1940 年代の戦時下と同様に「現在の戦争」をつなぐメディアとしてのミリタリー模型を容せたと考えられる。

模型における「現在」の媒介性は、1940 年代後半から 1950 年代まで続いたように思われる。この時期の模型誌には、米軍の自動車模型がしばしば掲載されている。例えば、『ラジオと模型』では、「米軍払下自動車全集」という記事のなかで以下の文章が述べられている。

自動車のエンジンカバーに、幅 4 インチの白線を、はちまきのように引いたアメリカ製の軍用自動車が、たくさん市街や田舎の道を走っている。…かつての日本の軍用車のように、ぬかるみで兵隊を苦勞させるようなことはない。米軍は自動車不足で都市交通手段や、産業復興に困った日本に、昨年来 1 万数千台の軍用車を払下げた。これらの車は豊富な材料と、多量生産に熟練した技術でつくられているので、我国のかつての戦時型簡易車両と異り、なかなか優秀である（『ラジオと模型』1949 年 3 月号：4）

こうした記事からは、占領期の模型が、「現在」活躍中の〈実物〉との媒介性をもちつつも、戦時下の「帝国日本」に代わって、「アメリカ」という参照点が迫り上がってきている様子が伺える。

吉見俊哉によれば、敗戦以降 1950 年代半ばまでの日本における「アメリカ」は、軍事的な暴力と消費的な欲望が表裏となった占領者であった（吉見 2007：15）。そこでのアメリカによるポスト帝國的秩序は、戦前の帝国日本から引き継がれた要素だった。模型においても、「現在」や〈機能〉の媒介性はそのままに、参照する題材、模型の記号性だけが「日本」から「アメリカ」に転移していたように思われる。

では、占領期が終わり高度経済成長に向かう 1950 年代半ばから 60 年代にかけての模型は、どういったメディアへと変遷を遂げていくのだろうか。

5-2 スケールモデルと「趣味」

アメリカの豊かさと模型

戦後初期の模型を関係するメディアから論じた研究として、序章で触れたラジオ自作のメディア史（溝尻 2010）がある。溝尻によれば、ラジオ自作は戦後、模型製作の隣接分野とみなされるようになっていった。ただ、戦前期の模型製作が、近代の象徴としての科学技術への憧れに支えられていたのに対し、戦後期にラジオ工作を楽しむ少年たちがまなざしていたのは、アメリカに象徴される「豊かさ」であった。そして、戦後初期には、自作すること自体が楽しむべき「趣味」と化していったという（*ibid* : 145-146）。

実際、前節の末で挙げた模型誌の記事でも、アメリカの自動車が「豊富な材料と、多量生産に熟練した技術でつくられている」ことが強調されていた。吉見俊哉は、軍事的な暴力の面を含んだ多様な意味をもっていた占領期の「アメリカ」が、1950年代半ば以降は消費生活が前面に出たイメージへと推移していったと述べている（吉見 2007 : 15）。

こうした時代背景のなかで、直接的に模型とは関わらない、「自由の女神」のような「アメリカ」を象徴する図像が、1950年代の模型誌の表紙には用いられている（図 5-2a）。ここから、模型がアメリカの「豊かさ」をめぐる観念と密接に関係していたことがわかる。

模型誌については、戦後まで続いた『科学と模型』は 1953 年に廃刊した。たが、前節で挙げた占領期の『模型少年』や『ラジオと模型』、さらに 1955 年に『模型とラジオ』、1961 年には『模型と工作』が創刊された。これらの雑誌の多くはラジオ自作と模型とともに扱っており、1950年代後半から 60年代にかけてラジオと模型の両メディアの歴史が接点をもっていたことを示している。しかし、1970年代に入ると、ラジオ自作がオーディオ自作へとシフトしていくとともに、ラジオがもっていたマテリアルな側面が削ぎ落とされていくという（溝尻 2010 : 147-8）。この時期の変化についてラジオ自作の方向から考察している溝尻に対し、本論文で行っていくのは模型の側からの記述である。

実際に上記の雑誌を仔細に検討すると、その多くは鉄道や艦船模型とラジオ製作を同格に並列して載せているが、鋭敏な読者からはその「不自然」さが指摘されていた。そうした読者投稿を紹介した「編集あとさき」というコーナーに載せられた、投稿への回答が次の文章である。



図5-2a 「自由の女神」を描いた表紙

（『科学と模型』1952年1月号）

本誌の読者層のねらいが、ちょっとピンボケではあるまいかとの御忠告を前から少なからず戴いていたが、これは一冊の中に、ラジオと模型の両方を完載しなければならないという必然的な喰い違いの結果であつて、編集者としても、ずいぶん苦勞してきた問題であつた（『ラジオと模型』1949年3月号：34）

この記事からは、早くも1950年前に後の「模型」と「ラジオ」が分岐する萌芽があつたことがわかる。しかし同時に、そうした「喰い違い」がありつつも、なんとか一冊の雑誌にラジオと模型の「両方を完載」させようとする努力もみられる。それは、ある程度無理せねばならないほど、「読者層」にラジオ製作と模型製作をともに受容している重なりがあつたからだろう。

また、この時期の模型と関わる重要な要素として、坂田謙司は、戦争玩具を排除する動きを挙げている。戦争玩具追放運動は、1951年の日教組中央委員会から始まり、新聞報道で広がった。しかし、購買する子ども側の受容の高さから、追放運動は失敗に終わったという（坂田 2011：202-203）。

こうした戦争玩具を取り巻く状況は、前節で触れた「B-29」模型が人気を得ていたことから伺い知ることができる。戦争玩具追放運動の顛末は、戦争模型にも同様の問題を投げかけたと思われる。それは、受容者にとってのミリタリーの魅力と、戦後日本がスローガンに掲げる「平和主義」との矛盾を内在する苦しい立場を表していた。

平和主義と趣味としての模型

1951年のサンフランシスコ講和条約の署名と翌年の効力発生によって、日本は独立国家となった。こうした1950年代の模型には、占領期や、それ以前の戦前・戦中期とは異なるあり方への変化が見られるようになる。

辻泉は、1950年代の鉄道に関する関心を考える文脈のなかで、1947年に創刊された代表的な鉄道模型誌である『鉄道模型趣味』において、イギリス流の「モデルエンジニアリング」から「モデルレイルローディング」というあり方への変化を見出している。そこでは、技能を学ぶために作る「科学としての模型」から、製品がリアルに模型化することを目指す「趣味としての模型」へと変わることが訴えられていた（辻 2008a：165-171）。

模型におけるこうした変化は、鉄道以外の模型誌にも見られる。先駆的な例としては、1940年代後半の『科学と模型』にすでにそうした例がある。その「モデルシップの作り方」という記事では、以下のように述べられている。

今迄模型会ではモデルシップは無かった様ですが、作つて見ると中々面白く趣味的にも魅力の有る物です。ぜひ皆さんも一つ作り机の上にでも飾って可愛がってください。一風変わつてゐて何時迄も目を楽しませてくれます。…それにモデルシップではさうきつちりした設計図も

いないのです（『科学と模型』1947年5・6月号：3）

ここでは、科学的な〈機能〉ではなく、美的な外観を重視した「モデルシップ」が作られ、それが「趣味」として魅力あることが語られている。したがって、科学に基づいてきちんと動けるかどうかに関わる「設計図」は不要とされる。しかし、この1940年代後半の時点ではこうした模型は、この時点ではまだ「一風変わつてゐ」ることが著者にも自覚されていた。

それが1950年代になると各種模型誌でこうした内容の記事が少しずつ増え、さらに模型専門誌に留まらず、一般の新聞紙上においても同様の理解が見られるようになる。その例としては、『朝日新聞』の以下の記事が挙げられる。

「戦艦「大和」を再現」…全金属の模型が完成…戦艦大和を再現した1/150の模型が12日ほぼ完成した。…川本八郎氏（27）らが7人の助手と協力、約1年がかりで製作したもので…設計図などの資料集めには元海軍技術少佐福井静夫氏ら「大和」にゆかりの人たちの応援を求めてざっと3年かかったが、それだけに全部本物を縮小した精巧さである。…製作費は安く見積もっても百万円は下らず、おかげで同家の家計は沈没の危機に立ったという（『朝日新聞』1953年7月13日朝刊）

模型の題材は、太平洋戦争の決戦兵器として位置づけられていた戦艦大和である。旧日本軍の兵器を題材とした模型が堂々と公表できた直接の契機は、日本の独立回復があるだろう。だが、ここで注目したいのは、これまでとは異なる模型の媒介性である。1953年のこの記事に取り上げられた戦艦大和の「全部本物を縮小」する行為は、かつて存在した〈実物〉の外観を「精巧」に「再現」することを目指したものであった。また、国家的事業とは全く無関係に、仲間同士による（「家計」を圧迫するような）私的営みとして行われていることも、戦中期の兵器模型との決定的な違いである。こうした模型の変化と呼応して、1950年代後半以降は、多くの模型メーカーが「戦艦大和」や「零戦」をはじめとした第二次大戦期の日本軍の兵器を題材とした模型を発売するようになる。

この時期の模型は、ボックススケールと呼ばれる30cm級、40cm級、50cm級など、パッケージとなる箱のサイズに合わせてそれぞれバラバラなスケールで発売されており、後の時代のように1/72、

1/144、1/700などの統一スケールによるシリーズ化はされていなかった。しかしすでに、単に「動く」だけでなく、模型の精巧な外観

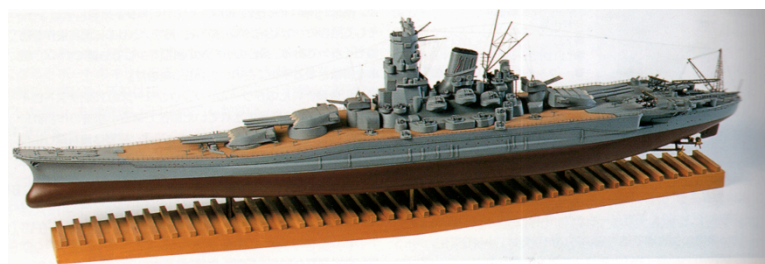


図5-2b タミヤによる全長1m31cmの「1/200 日本海軍戦艦 武蔵」（1959）

が求められるようになってはきていた。そこで重要になってくるのが、模型メーカーの「命」ともいわれる、大量複製のもとになる「金型」である。

例えば、タミヤは、静岡の地場産業である下駄やサンダルメーカーが量産するために使用した金属型を使ってフライス盤で木彫をする技術を応用し、自動木彫による船体の美しいラインを実現していた（田宮模型編 2000 : 149）。さらに、相当こだわって細部を工作できるような、1m を超える大型スケールの木製艦船模型も発売していた（図 5-2b）。

こうした模型が開発されたこと自体もまた、もはや戦前期以来の実用性とは相対的に離れ、「趣味」領域において〈形状〉が重視されていく流れのなかにあったといえるだろう。

模型とミリタリズム

一方、ミリタリー模型について、坂田謙司は、「「人の死」をもたらす兵器を作っているのではなく、あくまでも単なる「カッコいい機械としての兵器の外見」を作っているにすぎない」（坂田 2011 : 219）という。坂田が重視するのは、それによって教科書などの公式の戦争の「知」とは異なるもう一つの戦争の「知」が編成されるということである。戦後日本のミリタリー模型が、キットに付属の解説書からも「人の死」を捨象し、「カッコいい」兵器の外観に特化していったことは的確な主張であると考えられる。

こうした流れは少し後の時期になると、より顕著に現れてくる。1960年代に模型の主流は、次節で述べるプラスチックの模型への導入と合わさって、正確な縮尺設定をもつ「スケールモデル」へと重点を移していく。そのなかで坂田は、戦記マンガが悪書として追放される一方、ミリタリーを中心とするプラスチックモデルは排除の対象にならなかったことに注目している。その理由として挙げられているのが、マンガが単なる娯楽ではなく文学の一種として捉えられる一方で、プラモデルは「人間の死」が捨象されることで逆に現実の戦争に対する肯定・否定からは切り離されたこと。さらに、模型は工作の一種でもあって、教育面の効果がある程度肯定的な論調を呼んだことである（*ibid* : 224）。

ここには、当時の模型メディアがもつ二面性が見られる。つまり、戦前期から連続するような「工作」という物質的・身体的実践の側面と、軍国主義的理想を脱色したうえで現実の戦争と切断するような「娯楽」という側面である。

伊藤公雄は、戦後の戦記マンガについて、それが公式の「平和主義」に対する「エクスキューズ」（伊藤公雄 2008 : 188）のために「ミリタリー・カルチャーの徹底した商品化」

（*ibid* : 193）を行ったことを指摘している。この構造は、少し異なる内実で模型にも共通して存在していたように思われる。戦後の日本社会におけるミリタリーの要素の商品化という大きな動きのなかで、戦後のミリタリー模型は、「実用性」をもった戦時下の兵器模型から自らを切り離し、実際の殺傷につながる〈機能〉とは無縁の「趣味」となっていったと考えられる。

すなわち、模型から「楽しみ」を受け取るあり方が、敗戦で軍事優位の思想が後退した

戦後期に、周辺のものから中心へと迫り出した結果、「趣味」領域にある今日まで続く模型の位置が形成されたのである。では、「趣味」化した模型の物質性はどのような推移を遂げていくのだろうか。次節では、経済的・技術的背景とともに、プラスチックという新材料の導入によって 1960 年代以降に生じた模型の物質性の変容を検討していきたい。

5-3 プラスチックモデルと高度経済成長

重化学工業とプラスチック

1955 年から 70 年代初頭までの日本では、人口ボーナスによる若年低賃金労働者の豊富な供給、1 ドル 360 円の固定相場制の維持、石油を中心とする原料・燃料の安価な調達などを背景にして、高度経済成長が達成された²⁴。そのなかでも、産業別に見ると、重化学工業における技術水準の向上や生産力の増大が顕著な特徴であり、高度経済成長期に欧米諸国へのキャッチアップ、さらには一部では追い抜きを果たしたという（吉田三千雄 2011：第 3 章）。

こうした高度経済成長は、模型の物質性にも強く作用している。それは、高度経済成長による「豊かさの達成」という日本社会の多くの領域を覆う社会変動一般に留まらない。模型の場合はさらに、1960 年代以降の代表的なあり方、石油化学工業の成果であるプラスチックによって作られた模型という、より物質的な側面に関わる論点もあるからである。

プラスチックは石油由来の人工物だ。そのため、模型産業は石油化学産業による材質の供給があつてはじめて、商品化されたプラスチック製模型を生産することができる。そのため、戦後の模型にプラスチックが使われることの意味を考える前提として、高度経済成長期におけるプラスチック製品一般の状況を概観しておく必要がある。

高度経済成長期には、日本社会の隅々までプラスチックを材料とする製品が爆発的に普及した。高分子学者の林隆紀は、プラスチック材料がこの時代に爆発的に普及した理由として、次の 3 つの点を挙げている（林 2012）。まず、同強度を有する他の材料に比べて、圧倒的に軽量であり、多くの製品の軽量化・小型化を可能にしたことである。次に、人工材料として分子レベルでの設計が可能であることから、製品特性を微妙にコントロールすることできること。さらに、1950 年代からオイル・ショックまでの旺盛な石油資源の発掘を背景として、経済的視点からも非常に魅力的な材料であったことである（*ibid*: 67-68）。

上記の理由のうち、「製品特性のコントロール」が少しわかりにくいので、本論文なりの説明を付け加えておきたい。身の回りのプラスチック製品を手にとると、手触りや曲げ

²⁴ もちろん、高度経済成長の契機としてどういった変数を重視するのかは、研究者によって異なる。例えば、石田淳は、アジア・太平洋戦争終結に伴う兵員と一般人の引き揚げと、その後のベビーブームによる人口ボーナスが、高度経済成長の基盤として重要であったことを計量研究によって明らかにしている（石田淳 2013）。

たときの具合がそれぞれ少し違う。第2章で検討した概念を用いると、プラスチックには材料ごとに人間が受容するときの質感の違いがあることになる。これは、プラスチックと一口に言っても、粘性と弾性がさまざまに異なる事実に由来している。ある材料の物質性や質感が多様なこと自体は、あらゆる材質がそうであるといえる。しかし、プラスチックの独特な点は、こうした性質を人工的に細かく設計できるということである。

プラスチックの普及と模型への導入

では、模型において1950年代以前の木製や金属製から、1960年代のプラスチックへの素材転換はいかにして起こったのか。さらに、そうしたプラスチック化によって、模型というメディアの物質性はどのように変わったのだろうか。

海外ではすでに1930年代、イギリスのIMA社が、英国陸軍の識別用訓練として用いられる精密な模型を、当時の新材料であったプラスチックを材料として製造していた。現在確認できる初期商品には、“a complete kit of Fully Detailed plastic moulded parts”という説明が付されている。ここからは、「プラスチック」という物質と「完全に模された」という精密さの観念が結びついていたことがわかる。その後、1940年代には、アメリカのレベル社などがプラスチックモデル (plastic model kit) を多数製造・販売するようになっていた。

こうしたプラスチック製模型が、1950年代前半には駐留米軍経由で日本に入った。例えば、1956年の竹商商事によるアメリカ・レベル社の輸入広告に「プラスチック製ソリッドモデル」の表記がみられる。この時点では、現在のような「プラスチックモデル」という呼称はいまだ定着しておらず、戦前期以来の「動かない」模型である「ソリッドモデル」のいわばプラスチック・バージョンとして理解されていたのである。

しかし、それは戦前期以来「動く」模型に次いだ存在であった「動かない」ソリッドモデルの枠を超えたモノであった。当時のプラスチック製模型の形状の精密さは、関係者の記憶に強く残っている。例えば、先の田宮俊作は、初めてレベル社のプラスチック模型を見たときの驚きを「ひとつひとつの部品の精巧さに、声も出ませんでした。…実物そっくりにできているのです。…自分たちが製造している木製模型では、こんな微妙な形に加工するなんてことは、とてもできっこありません」（田宮 [1997] 2000 : 44）と表現する。しかし同時に、「ニッパーで部品をパチンと切り離し、接着剤で接着していただく」の「あまりにも手軽すぎた」製作への違和感についても表明している (ibid : 45)。

これらの述懐は、イギリスで生まれ、アメリカから入ってきたプラスチック製の模型が、既存の日本の模型とは異質な前提に基づいて作られていたことを示している。同時期には日本の雑貨産業において、プラスチックへの素材転換が進み、輸出も増えていた²⁵。ただ、

²⁵ こうした動向は、例えば1950年代後半に（財）セルロイド検査協会が（財）日本輸出プラスチック検査協

模型業界の主流は 1950 年代前半に引き続き、木製を主とする科学模型であった（日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986 : 180）。

しかし、次第に日本の模型も徐々にプラスチック製が多くなっていく。国産化第一号のプラスチック製模型とされるのが、1958 年にマルサン商会（以下、マルサン）から発売された「原子力潜水艦ノーチラス号」と「PT212 哨戒水雷艇」、

「ボーイング B-47 ストラトジェット爆撃機」、「ダットサン 1000」の 4 点である（図 5-3a）。なお、初めて「プラモデル」²⁶の名が冠されたのは、これらの商品である。

厳密には、これより先の 1956 年に、大阪・布施市の（株）日本プラスチックがプラスチック製模型を開発し、広告も出していた（『日本模型新聞』1956 年 10 月号）。しかし、市場に出回ることなく終わったため、一般的に国産初のプラスチックモデルとして認知されたのは、マルサンの商品がはじめてであった。その成功の理由としては、当時のマルサンは日本の金属玩具メーカーの大手であって、思い切った販売戦略を行ったことが挙げられる。例えば、フジテレビで「陸と海と空」という毎週日曜日午前 10 時から 30 分間放送される番組のスポンサーとなった。同番組では、アメリカ製プラスチックモデルを組み立てた経験もあった落語家の三遊亭小金馬を司会に起用し、毎週ひとつのキットを紹介していた（日本プラモデル工業協同組合 2008 : 79）。

しかし、マルサンの初期 4 商品のうち、日本の和工から持ち込まれた「ダットサン 1000」以外は、アメリカのレベル社の完全なコピー商品であって、しかもその精度は良くなかった。これは、プラスチックを精密に加工する技術が国内ではいまだ確立していなかったことによる（*ibid* : 62）。実際、1962 年の通産省による状況調査では、「プラスチック製の組立用モデル及玩具」に対して、国産のプラスチック原料の価格の高さ、技術面の遅れ、技術員の未熟練などが指摘されており、そのためこの時点で議論されていた自由化は延期され、輸入品への関税率 20% が据え置かれた²⁷。

つまり、プラスチック製品自体の量的な製造は多くなっていたものの、その技術はまだ



図5-3a マルサン「原子力潜水艦ノーチラス号」（1958）

会になったことなどに現れている。

²⁶ 「プラモデル」という名称は、1958 年にマルサン商会が「原子力潜水艦ノーチラス」をその商標で発売の後、翌 59 年に商標登録したものである。しかしその後、プラモデルという言葉の一般化とともに、商標権は 1975 年に日本プラスチックモデル工業協同組合の所有となり、組合各社が使用できるようになった。

²⁷ とはいえ、翌 1963 年には、他の多くのプラスチック製品と同様に、輸入が自由化された。

まだ未熟であって、アメリカのモノグラム社やレベル社に対抗できるほどの精巧なプラスチックモデルを作れるほどの質的水準には達していなかったのである。

「動かない」スケールモデルの隆盛

精密さにおいてイギリス製やアメリカ製に劣る日本のプラスチックモデルではあったが、1960年代には、前節で述べた戦記マンガや少年雑誌のブームと呼応するかたちで、零戦や戦艦大和をはじめとした旧日本軍の兵器を題材としたミリタリー模型が流行するようになった。

ただ、こうしたミリタリー的題材のプラスチックモデルにおいても、いまだ「動く」ことを重要視する模型への理解は持続していた。例えば、1961年にタミヤは、モータライズ戦車のプラスチックモデル「パンサー」を発売したが、1955年以来発売していた木製戦車シリーズと同様にマブチモーターを使用するなど、あくまで「動く」ことに主眼がおかれていた。また、同じ1961年に出版された青島文化教材社（以下、アオシマ）のプラスチックモデル第一号「ブルーバード」もまた、スクリューの付いた電動ボートの模型であった（スタジオハード編 2001：152-153）。

その後、1960年代半ばまでは、戦前期以来の機能性を重視する「動く」模型と、外観の精密なプラモデルの両立が続いた。例えば、タミヤのPR誌『タミヤニュース』には、1967年に発売された「1/35 戦車シリーズ ドイツ陸軍重戦車キングタイガー」の紹介文として、「このキットの大きな特徴として、モータライズした場合とスケールモデルとして飾っておく場合と2種類に組み分けができるようになっています」（『タミヤニュース』1967年9月号）と述べられている。この商品は、モータライズモデルとスケールモデルの両立をねらった商品であり、1960年代後半における模型の〈機能〉と〈形状〉のせめぎ合いを表している。

そうした状況から「動かないスケールモデルの時代へと歴史が変わるターニングポイント」（日本プラモデル工業協同組合編 2008：161）となったのは、タミヤが1968年から発売した1/35スケールの精巧な“Military Miniatures”シリーズであった（図5-3b）。この商品名が端的に表すように、模型は、〈実物〉の形状を特定のスケールに縮尺して再現する「ミニチュア」的な存在となっていた。

また、こうした模型をめぐる観念の変化と軌を一にして、日本製プラモデルの生産の増大がさらに進んでいる。実際、1967年には『工業統計』に「プラスチックモデルキット」という独立した



図5-3b タミヤ「1/35 ミリタリー・ミニチュア」シリーズ
「シュビムワゲン」（1970）

分類項が立てられるようになった²⁸。この年にはすでに「木製がん具」を上回る出荷金額を示しているが、その後の動きを先に述べておくと、1970年代にはオイルショックがあったにもかかわらず、1990年代初頭まで「プラスチックモデルキット」は上昇を続ける。「木製がん具」は逆に、少しずつ出荷金額を減らしていき、1999年にはついに80年間続いた「木製がん具」カテゴリーが『工業統計』から消えることになる（図5-3c）。

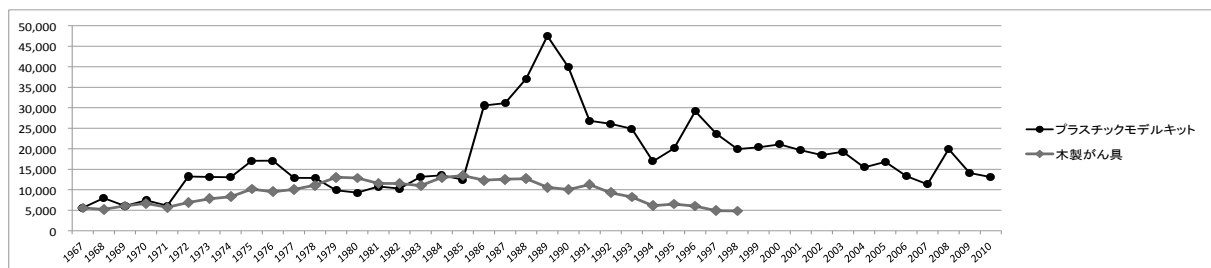


図5-3c 「プラスチックモデルキット」と「木製がん具」の出荷金額（単位・百万円、『工業統計』より筆者作成）

こうしたプラモデルへの急速な転換が可能であった背景には、生産者側の要素として木工産業で培われてきた模型技術の転用があった（尹 2011：15）。また、受容者の側から見ると、従来の木製模型に比べたときの圧倒的な「作りやすさ」があった。先の田宮俊作の記述から明らかなように、当初こそ木製模型に馴れたベテラン・モデラーには不評な面もあったが、大多数のモデラーにはプラモデルの製作の容易さは魅力的であった。これは、同時代の模型誌に「プラモの本質はインスタントにあり」（『モデルアート』1966年11月号：11）といった言表がしばしばみられることから伺い知ることができる。

実際、当時の模型製品のパッケージ内容を確認すると、それまでの木製模型に比べて多くの部品数と細かいモールドや施されているのがわかる（図5-3d）。小刀やカンナ、ヤスリを使った削りだしなどの作業を必要としないプラモデルは、以前より手軽な「ホビー」として、消費的欲望を増してゆく日本社会のなかで幅広い人気を獲得していったのである。

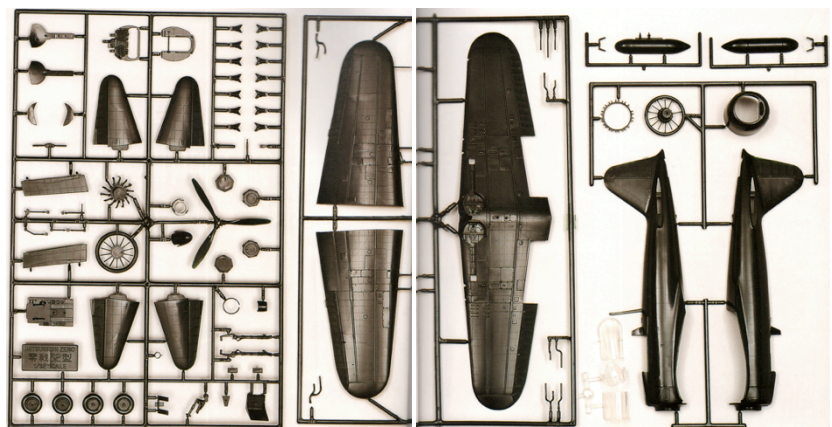


図5-3d ハセガワ「1/32 零戦 52型」（1971）

²⁸ 1966年までは「その他プラスチック製玩具」に含まれていたと予想される。また、「木製がん具」は本稿での「木製模型」とは必ずしも一致しないが、ひとつの参考となるデータではあると考えられる。

プラモデルを扱う新たな模型誌

プラモデルの登場とともに、新たな雑誌も出てきた。1966年には現在まで続くスケールモデルの専門誌である『モデルアート』が発刊された。創刊号に述べられた文章には、「プラ模型」が「子供にも大人にもたしめる趣味のホビークラフトとして、すでに日常生活のなかに溶け込んでおり、一日としてこれを忘れることのできない時代」（『モデルアート』1966年11月号：24）であるという現状認識が述べられている。同誌は、模型店を経営していた井田博が主宰するもので、新製品の紹介や製作ガイドなどの記事に重点をおいていた。これは、井田が自身の模型製作歴と模型店経営の経験から、初心者から上級者までのモデラーと、模型メーカーとの橋渡しを志向していたことによる（井田 2006）。

『モデルアート』には、精密な外観を重視するスケールモデル製作に資するために、詳細な塗装や、デカール、マーキングの指示が数多く掲載されていた（図5-3e）。特に、同時代のアメリカ軍や1954年に設立された自衛隊の航空機などの現用機に関しては、製作の参考にするために〈実物〉の機体写真に多くのページが割かれていた。また、「プラ模型による特撮の方法 軍艦篇」（『モデルアート』1969年7月号：56）といった、自分で製作したプラモデルを写真に撮る方法に特化した記事もしばしば掲載されていた。こうした記事の構成も、外観的な形状を重視されていた模型のあり方がわかる。

こうした当時の認識については、『モデルアート』の創刊号に掲載された「日本製プラモデルの課題」という座談会によっても窺い知ることができる。

井田博「日本の技術のプラモ水準は、いまどのぐらいだと思いますか、飛行機に限定した場合に…最高基準をモノグラムとして、それにくらべて日本の作品は。」…

橋本喜久男「まあ、国産のいちばんいいところで80点ぐらいしかあげられないですね。…日本軍は出るものによってムラが多いが、まあだいたいレベル（社）ぐらいになっていないかな、といえますね。しかし日本のは材質が気になる。」

井田「日本のメーカーに特に望むことは。」

橋本「シリーズとスケールをそろえること。それに零戦が多すぎる。約32社あるメーカーのうち27、8社が零戦を出している。」…

井田「日本の飛行機くらは全部つくってほしい。ファンをマニアにまで育てていくには、機種をそろえねばならない…」



図5-3e 塗装とマーキングの指示

（『モデルアート』1969年7月号：20）

野沢正「…それにスケールだけは必ず統一してほしい。」

橋本「日本のメーカーのスケールはまだ不統一ですね」（『モデルアート』1966年11月号：9-10）

座談会では、日本のプラモデルを評価する「基準」がアメリカのモノグラム社やレベル社に設定されている。また、本節ですでに触れた「材質」の悪さが評価が低い理由として指摘されている。

しかし、さらに注目したいのは、「シリーズとスケールをそろえる」という要望が出されていることである。これは、辻泉がすでに鉄道模型において指摘したところの、「よりスケールの小さい模型で、他の付属品も交えた「レイアウト」を作成して楽しむ…「レイアウトの夢」」（辻 2008：178）と同様の想像力である。座談会の発言からは、セットやシリーズとして模型を製作して並べることが、鉄道模型に特殊なものではなく、この時代の模型一般に広がりをもつ受容態度であったことがわかる。また、模型製作者（モデラー）に関しては、「ファンからマニア」へと方向づけることが期待されている。

その発展したかたちとして、1970年代以降特に盛んになってくる「ジオラマ」という製作実践がある。ジオラマは、飛行機や戦車だけではなく、同スケールの人形や風景と組み合わせた「情景」そのものを再現した模型である。しかしその分、単体の模型を完成させることに比べて、より高度な技術力が必要とされる。実際、この時代の広告では、「ジオラマ」と「シリーズ」が強調されている（図 5-3f）。

さらに、別の模型誌としては、1969年にはこれも現在まで続く『ホビージャパン』が創刊された。当初はミニカーの専門誌であった同誌は、1970年代にはスケールモデルを中心とするプラモデルを主に扱う雑誌となった。

すでに 1975 年 1 月号の時点で「模型趣味の専門誌」と自ら定義していた同誌は、誌名が端的に表すように、模型を「ホビー」とであるという命題を明確に打ち出した雑誌だった。同誌は競合の『モデルアート』より対象年齢を幾分高めに置いた編集方針を取っており、スケールモデルを製作するための考証記事が目立っている。

実際に誌面を検討すると、模型を編集部やプロのモデラーが製作した「作例」と呼ばれる記事には、模型が媒介する〈実物〉の見方についての変化が見られる。例えば次の記事は、作例記事における、ある車輛模型への批評である。



図5-3f ジオラマを掲載した

フジミ模型の広告（1973）

玩具というのなら話は別だが、スケールモデルと名前がつくものはあくまで可能な限り実物を縮尺し、実物のもつメカニズムや雰囲気を机の上に再現するのであって...第一本物をよく研究して作ったモデルのもつ不思議な迫真力というものがあって、それはある程度までは全然実物をしらない人でも嗅ぎわけることができるもので、こういうのをリアリティとか実在感というのだろう（『ホビージャパン』1975年10月号：75）

ここでは、〈実物〉との関係において「玩具」と「スケールモデル」の違いが強調されている。再現が未熟な玩具に対し、スケールモデルは「可能な限り実物を縮尺」したものでなければならない。模型が「不思議な迫真力」をもつのは、「実物のもつメカニズムや雰囲気」を「再現」するからだとされる。

このような模型のあり方と関連して、模型製作の際に用いられる「資料」の存在を指摘することができる。『ホビージャパン』には、これまでの〈機能〉重視の模型ではあまり必要とされていなかったコクピット内部までの詳細な図面や、機体の全長などのデータが多数掲載されていた。さらに、こうした「資料」に関するこだわりと入手をめぐる苦労が語られることもある。

実機の写真も何ですけど、ニューギニアの方に行ってる特派員に頼んでもらって、墜落した隼の写真なんかも撮っていただいたんです...それと、ニュージーランドですか？ 何かあそこにI型があるとかって話で、そこに行って写真を撮ってもらったんですが、やはり操縦席内部は何もないということで（『ホビージャパン』1977年8月号）

ここでは、旧日本軍の戦闘機・隼がほとんど現存していないことによる資料不足と機体情報入手をめぐる困難さが強調されている。だが逆に考えると、多くの時間的・経済的コストをかけてまで入手しなければならないほど、「資料」によって〈実物〉の形状を示す必要があったことがわかる。

では、このような経過を辿った戦後の模型メディアは、いかなる媒介性と物質性をもっていたとまとめられるだろうか。

5-4 過去の形状を再現するメディア

本節では、以上の3節で述べてきた戦後初期の模型のあり方を、メディアの媒介性と物質性という視点から、ここまでに触れていない資料を挙げつつ小活していきたい。

占領期と科学模型

5-1 では、占領期を中心とする戦前・戦中期からの連続的な様相を中心に記述してきた。

第3章で述べた『少年技師ハンドブック』（山北 1930）の著者で、戦前期における少年向け工作書の第一人者であった山北藤一郎は、戦後の模型誌でも引き続き活躍していた。その山北が、占領期の1950年に以下のような記事を書いている。

模型愛好者の中には、「作ることを楽しむ」型と、「でき上がったものを動かして楽しむ」型とがある…前者がイギリス風であり、後者がアメリカ式だという結論になった…わたくしの経験からいうと、アメリカ式は手つとり早いけれども、本当の模型というものに対する面白さは半分になると思います。むろんいくら作ることが楽しみとはいっても、作ったものが巧く動かなくてはお話になりません。しかしコツコツ作りながら、果たして計算どおり巧く走るかどうかを心配したり、または試運転のスイッチを入れるときの後景を胸にえがいたりして、本当に時間のたつのも忘れる三昧境は、やはり「作ることを楽しむ」側の人々のみが知る喜びでしょう（『模型少年』1950年2・3月号：7）

ここでは、「動かす」という科学的機能をめぐることの楽しさと、そこに至るまでのプロセスとしての「作る」という製作事態の楽しみが並列され、後者に価値が見出されている。これは、本章1節で検討した田宮の回顧と同様の構造を示している。田宮俊作少年もまた、「作る」こと（製作）と「動く」こと（機能）に伴う快楽を感受していた。しかし、ここでさらに注目すべきなのは、「でき上がったもの」については「動かして楽しむ」ことが前提となっており、「飾って楽しむ」といった外観を鑑賞する受容は全く想定されていないということである。つまり、1950年前後の時点では、模型は〈実物〉の〈機能〉を媒介するという、戦前期の科学模型以来の理解が持続していたことがわかる。

ミリタリーモデルと〈過去〉

5-2では、1950年代に、ミリタリーを中心的な題材とするスケールモデルの「趣味」化をめぐる動きについて述べてきた。敗戦後すぐの日本は、「戦争」やナショナリズムの要素が後景に退いていた。しかし、基本的に近代社会の「男の子文化」においては、ある種のミリタリズム的要素は、その「魅力」を形成する最も重要な要素であった。そのため、1950年代になると、敗戦後抑圧されてきたこうした「ミリタリー・カルチャー」が少しずつ復活してくる。その後、1960年代には、はっきりとマンガや少年雑誌、プラモデルの世界にも「ミリタリーもの」が露出してきたという（伊藤公雄 2004：157-164）。

ただ、模型誌が編集後記で「本誌は相当年配の模型ファンから小学校に到る迄読者層が一定して居りませんので編集に苦心して初歩向、高級向と各種の記事を集めて居ります」（『科学と模型』1952年1月号：36）とその「読者層」の世代的多様ささら誌面づくりの難しさを吐露するように、また、1970年8月に池袋パルコで行われた第1回J・A・Cモデラー教室の「参加者の年令層は15～40才位と巾広く」（『ホビージャパン』1970年

10月号:53)と伝えられるように、模型は(ジェンダーは男性に大きく偏っているものの)けっして「男の子文化」という若年層に限定されるものではない。そのため、伊藤の指摘をそのまま受け取ることはいできない。

しかし、本章で検討してきた模型メディア史からも、戦後の平和主義のなかで、1950年代におけるミリタリー模型の幅広い生産と受容が確認できた。これは、実際に人を殺戮する兵器を結びつきうる〈機能〉や戦中期の帝国日本と結びつく〈理念〉と自らを切り離し、「ホビー」や「アート」といった「文化」的要素と結びつく美的な外観に特化していったとも考えられる。これはもちろん、模型の媒介性と物質性をめぐる変化の記述であるから、特定の主体が意図的にこうした方向に導いたことを意味しない。

そうではなく、アメリカによる冷戦体制のなかで形成された戦後日本社会の平和主義という背景のなかで、模型は、戦時下のように現在の実用性と結びついた「兵器模型」から、現行の兵器だけでなく〈過去〉の戦争で活躍した機体まで含めた「すでにある」対象を模する「ミリタリーモデル」へと変化したと考えられるのだ。

プラスチックモデルと〈形状〉

5-3 では、高度経済成長期から 70 年代にかけてのプラモデルの物質性について論じてきた。1960 年代以降、プラスチックの導入によって精密なスケールモデルが模型の主流を形成するようになった。プラモデルは石油由来の加工物であるプラスチックを材料とするので、重化学工業の発展がその生産の前提となる。高度経済成長のなかでの重化学工業の発展に伴って、プラスチックの生産が安定し、また成形技術も向上していった。それに伴って、プラモデルに微細なモールドを施し、これまでの木製模型では難しかった精密な外形をもたらすことが可能となってきた。

1971 年、田宮俊作の提案で、静岡模型教材協同組合の 4 社(タミヤ・アオシマ・長谷川製作所・フジミ模型)の合同で「1/700 ウォーターラインシリーズ」が企画、発売された。従来のスケールモデルは各社がそれぞれ発売しており、ライバル社が同一縮尺で分担して開発することは画期的な企画であった。本論文において重要なのは、このシリーズが同時期の模型の位置を典型的に表していることである。すなわち、ウォーターラインとは喫水線のことで、同シリーズは、喫水線以下の部分は省略して、洋上に浮かぶ船体のみを模型化していた。これは「見える部分」の形状に特化したスケールモデルであって、プラモデル時代の外観に特化した物質性を備えた模型であるといえる。

反対に、「動く」模型飛行機を実際に飛ばす競技大会は 1975 年でその多くが終焉を迎えている(日本の模型業界 75 年史編集委員会 1986: 181)。これは、1970 年代後半には、〈機能〉を媒介する模型が周辺的な位置となったことを示すだろう²⁹。

²⁹ もちろん、模型のすべてがそのように変わってしまったわけではない。例えば、あるべき〈実物〉を表現す

戦後の「趣味」化した模型は、いわばその記号的側面を前面に出したジャンル表記としては、特定の縮尺を設定して〈実物〉の外観を忠実に再現する「スケールモデル」が主流となっていった。他方、物質的側面から捉えると、精密な形状に加工可能な「プラスチックモデル」が主流となっていった。プラモデルは、それ以前の木製模型に比べて、圧倒的に製作が容易であった。消費的欲望を増してゆく日本社会のなかでそうした物質性をもつプラモデルは歓迎され、代表的な「ホビー」のひとつとなっていったのである。

戦後期における模型メディアの媒介性と物質性

以上のように、戦後の模型メディアは、平和主義のなかで「趣味」の領域へと社会的な位置づけを移すとともに、重化学工業の発達を背景としたプラスチック材質の利用と重なって、すでに存在する〈実物〉の外観を再現する「ホビー」となってきた。こうした模型が媒介する対象は、時間的にはすでに存在する〈過去〉、空間的には外観的な〈形状〉の位相にある〈実物〉である。すなわち、スケールモデルあるいはプラスチックモデルが中心となった戦後の「模型」は、〈過去の形状を再現するメディア〉とまとめることができる（図5-4b）。

では、こうした戦後の日本社会が異なった時代に入るとき、模型の媒介性と物質性はどのように形成されていくのだろうか。次の第6章では、1980年代以降の模型メディアについて検討していく。

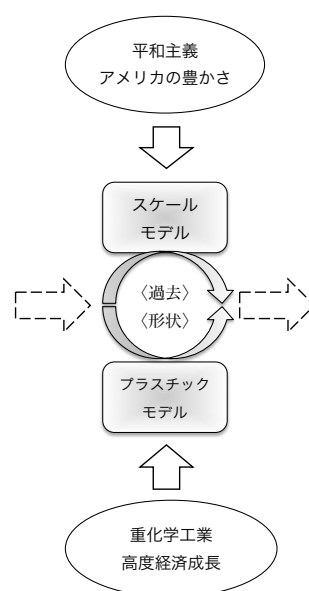


図5-4 戦後期の模型メディア

る戦前に主流であった模型は、例えば建築模型や科学模型などにその後も見られ続ける。また、模型が「動く」ような機能性の重視についても、ラジコンやミニ四駆などの形で今でも残っている。これまでの研究で他の多くのメディアについて示されてきた通り、模型もまた、古いメディアのうえに新たなメディアがまるで地層のように積み重なって存在している。

第6章 キャラクターモデル／ガレージキットと情報消費社会

6-1 情報消費社会と模型

ポスト戦後期における脱工業化と消費社会化

1 ドル 360 円の固定相場制の終焉と 2 度のオイルショックを直接的な契機としつつ、1970 年代後半の日本は低成長期に入った。この時期は同時に、資本主義の成熟にともなう脱工業化社会（Bell 1973=1974）という社会変動の到来を示していた。国際政治的にはいまだ東西冷戦の枠組みは続いていたものの、1980 年代の日本は、1970 年代前半までの「戦後期」とは異なる社会的文脈をもつ「ポスト戦後」期に突入していたのである（吉見 2009）。

ポスト戦後期における日本社会の最大の特徴は、生産中心の社会から消費中心の社会への移行だろう。第 2 章で検討した J.ボードリヤールの消費社会論（Baudrillard 1970=1979）は、世界的なポストモダン社会のメディアや文化が置かれた状況を鋭く言い当てていたが、その時代診断は 1980 年代の日本によく当てはまっていた。いや、むしろ彼の理論は、実践的なマーケティングの現場に応用されることで、予言の自己成就的に「消費社会」という時代を作り出していったといえるかもしれない。

消費社会では、情報がモノに優越し、モノが記号として消費される。しかし、必要を超えて無限に消費されることになった記号・情報としてのモノは人間社会にどういう反作用を及ぼすのか。見田宗介は、情報化／消費化が近代的な資本主義の展開の必然としながらも、いずれ資源と環境の限界に突き当たるだろうことを指摘している（見田 1996）。

では、こうした状況において、模型の媒介性と物質性はどのように変化していったのだろうか。すでに挙げたように、1980 年代の模型に関する先行研究には、ともに『機動戦士ガンダム』のプラモデル、すなわち「ガンプラ」を対象にしつつ、それぞれ「物語消費」（大塚 [1989] 2001）と「フェティシズム」（川村 2014）という異なった視座から読み解いた研究が存在している。本節ではまず、これらの論考について確認したうえで、具体的な資料を用いながら批判的に検討していきたい。

物語消費とフェティシズム

「物語消費」については、第 2 章でも簡単に述べたが、ここでは「ガンプラ」に焦点を絞った形で再度確認しておく。評論家の大塚英志は、1970 年代後半以降の「オタク文化」について、「コミックにしる玩具にしる、それ自体が消費されるのではなく、これらの商品をその部分として持つ〈大きな物語〉あるいは秩序が商品の背後に存在することで、個別の商品は初めて価値を持ち初めて消費される」（大塚 [1989] 2001: 11）という。しかし、大きな物語自体を直接売ることにはできないので、代わりに「その一つの断片としての〈モノ〉を見せかけに消費してもらう」ことになる。その典型的な事例として言及されているのは「ビックリマンシール」であるが、他の事例として『機動戦士ガンダム』の関連

商品が挙げられている (*ibid*: 14)。また、東浩紀も、大塚による「物語消費」を説明する際に、やはり『ガンダム』を例として挙げ、自己の論じる「データベース消費」的な原理による『新世紀エヴァンゲリオン』との対比で説明している。そこでは、「『ガンダム』のファンは「宇宙世紀」の年表の整合性やメカニクのリアリティに以上に固執」し、「巨大ロボットのフィギュアを作ったりするだけのために細々とした設定を必要としていた」とされる (東 2001: 59-60)。

しかし、物語消費とは別の視座からガンプラを読み解いた研究もある。文化人類学者の川村清志は、ポスト近代の日本における人とモノの関係性を考察するために、ガンプラという巨大なマーケットをもつに至った「商品」について、グローバル化した市場経済やメディア状況を視野に入れつつ、フェティシズムという視点から分析している (川村 2014)。川村は、ガンプラの「らせんの進化」³⁰の特徴として、以下の3点を明らかにしている。第一に、アニメーションから小説、テレビゲームといった重層化する物語空間の展開、第二に、ポリキャップやイロプラ、内部構造や可動部の再現といった技術革新、第三に、ガンプラの想像力を触発し、その方向性を指示する模型雑誌や改造指南書によるフィードバックである (*ibid*: 464)。この分析結果をふまえて、商品フェティシズムと呪物フェティシズムという視点からさらに理論的考察が行われている。前者について川村は、「ガンプラという商品自体が、ボードリヤールが指示したシミュラクル」であって、それが「実物を前提として「リアルさ」を追求していた既存のスケールモデルとの明確なズレ」であると述べている (*ibid*: 466-468)。また、後者に関して、「ユーザーはモノとしてのガンプラから得られるイメージや情報を通じて、物語にフィードバックする可能性さえもっている」として、そこから「モノ自体の呪物性」すなわち「モノがヒトに働きかける力」を見出している (*ibid*: 468-469)。

物語とフェティシズムという以上2つの方向性からの論考は、たしかに「ガンプラ」の生産と消費の局面やその社会的文脈、背後にある力学を言い当ててはいるだろう。特に後者における「モノ」に注目する視座は本論文と共通する部分も大きく、非常に示唆的な論考である。しかし本論文の視座から考えた場合、「ガンプラ」というカテゴリーを自明視してしまっており、ガンプラが部分となる「キャラクターモデル」というジャンル全体や、さらにはそうしたジャンルの前提となる戦前から続く模型の歴史的な文脈が考慮に入れられていないといった問題を含んでいる。

そこで本章では、まず「キャラクターモデル」ジャンルの形成について記述したうえで (6-1)、それとの連続性から「ガンプラ」をめぐる諸事象について再検討していく (6-2)。さらに、同時期に生じた「ガレージキット」の登場と展開の過程について分析する (6-3)。

³⁰ ガンプラの「らせんの進化」という表現自体は、エッセイストの今終二 (2005) がはじめに用いたものである。ただ川村は、今による記述はガンプラの技術革新のみに偏っているとして、この3点を論じている。

これらを総合的に考察することで、1980年代から90年代にかけての模型の媒介性と物質性を明らかにしたい(6-4)。

スケールモデルにおける形状と解釈

資本主義の原理のなかですべてのモノは「商品」になるというのがマルクスの命題であったが、第2章で検討したように、ボードリヤールは、消費社会にはすべてのモノは使用価値や交換価値とは相対的に独立した「記号」となることを論じた。

では、こうした消費社会における模型は、どのような記号による差異化が行われていたのか。あるいは、そうした枠組では捉えきれないモノ自体への接近は見られるのだろうか。

この時代に隆盛するのは、大塚や川村が主に論じた「ガンブラ」をその部分領域としてもつ、「キャラクターモデル」という模型ジャンルである。キャラクターモデルとは、スケールモデルと対置される概念で、「アニメやマンガなどのコンテンツに登場する架空の人物やメカニックなどのキャラクターを題材とした模型」をさす。また、「キャラクター模型」と表記される場合もあるが、ほぼ同義である。なお、1980年代前半の勃興期では、「マスコミ模型」といった表現も見られる。これは、題材となるアニメやマンガが「マスコミ」の一部であると考えられたからであろう。

素朴に考えるならば、キャラクターモデルは、単にマンガやアニメにもとづく情報(シミュラクルや物語)を消費するための手段として製作されるようにもみえる。この見方では、まずアニメやマンガなどの作品文化を伝えるメディアが先にあり、模型はその受容の後に位置する二次的なメディアだということになる。では、こうした捉え方は、キャラクターモデルの時代の模型を的確に捉えているのだろうか。

その問題について考える端緒として、スケールモデルにおいて先駆的に存在した、キャラクターモデルにつながる論理を確認しておきたい。その理由は、模型メディア史をふまえて見た場合、キャラクターモデルはスケールモデルからの展開として生じたジャンルからである。

前章で、1970年代のスケールモデル／プラスチックモデルの時代には、〈実物〉の「形状」を正確に再現することが求められたと論じた。ただ、この時代にも少数ではあるが、すでに単なる「正確さ」に収まらない模型への理解がみられた。例えば、次に挙げるのは、1970年代の模型誌における「プラモロジー」という連載中の文章である。重要な論点を含んでいる部分なので、やや長めになるが引用しておきたい。

「実物と形が似ている」ことが模型の本質だと書いた。外国の模型の本などにも、photographic accuracy(写真のような正確さ)などという言葉が見えるが、われわれの理想とするところも、まさにそのへんであるはずだ。…「実物の翼の後縁は、もっと薄いはずだから、模型ではカミソリのようにでなければいけない。」とかいろいろ言われている。模型である以上、これらのこ

とも無論だいじなことではあるが、われわれモデラーとしては、たとえ主翼の後縁はカミソリ
のようであり、ネジリ下げがついていようとも、全体として、ちっとも実物に似ていないので
は、困ってしまうわけだ。実物に似せるためには、写真を撮ることのほかに、似顔絵を書く
という方法もあるのである。…飛行機の全体型にも、かならず、その飛行機らしさをきめるポイ
ントというものがある。そこをおさえてあれば、その他の細部は多少いいかげんでも、何とか
みられるものだ。逆に、このポイントを外れていると、細部がどんなに整っていても、全体と
しての印象は、ホンモノからかけはなれたものになってしまう（『ホビージャパン』1970 年
10 月号：35）

この「プラモロジー」では、「写真」と「似顔絵」という比喩を用いることで、いわば
正確さとアレンジが二項対立的に語られている。「細部」を整えることにこだわるあまり、
全体の印象が「実物に似ていない」ことは注意して避けるべきこととされる。したがって、
「正確な形状」こそが媒介すべき〈実物〉の位相であると考えられていたスケールモデル
でも、「本物らしさ」を再現するためにはある程度の〈解釈〉が必要性とされていたこと
がわかる。

つまり、川村による「実物を前提として「リアルさ」を追求していた既存のスケールモ
デル」という指摘は、多くのスケールモデルで当てはまっているかもしれないが、実際の
事情はもう少し複雑だったといえる。スケールモデルの「リアルさ」は単純にガンブラと
対比できるような「明確なズレ」ではなく、そこには、実物なきシミュラクルとしての
キャラクターモデルの萌芽がすでに存在したと考えなければならない。

キャラクターモデルの誕生

前章で述べたように、木製模型はプラモデルに取って代わられた。その原因として、正
確な〈形状〉を重視するスケールモデルへの模型の主要ジャンルの推移、さらに人工的な
設計が可能なプラスチックの特性とその製造技術の革新がもたらした製作の容易さを挙げ
てきた。

しかし、プラモデルが模型の主要な材料となった要因として考えられるのは、これまで
述べてきた変化だけではない。そこには、1980 年代以降に本格化するキャラクターモデル
の隆盛が関わっていると考えられる。

キャラクターモデル自体は、1960 年代のスケールモデル全盛の時代から存在した。前章
で述べた初の国産プラモデル「ノーチラス号」の 1958 年の発売から間もない 1960 年に、
今井科学（以下、イマイ）は日本初のキャラクターモデルである「鉄人 28 号」を発売し
た。この後もイマイはキャラクターモデルの販売をつづけ、1966 年 4 月より NHK で放映

されていた『サンダーバード』のプラモデル・シリーズを発売、大人気となった³¹。この商品の売り上げの高さから、イマイはバンダイとともに、1967年7月に民放に移って再放送された『サンダーバード』の共同スポンサーになるほどであった。また同時期には、マルサンも東宝の『ゴジラ』や円谷プロの『ウルトラマン』『ウルトラセブン』などの日本の特撮テレビ番組を題材としたプラモデルを発売していた。

こうした商品の売れ行きにもかかわらず、当時の模型誌にはキャラクターモデルが掲載されることはほとんどなかった。ただ、部分的な記述から当時のキャラクターモデルへの理解を垣間見ることはできる。

プラモデルを、今までのモケイのがいねんから飛び出してロボットや漫画ものを世に出し、ある面でプラモファンを最大に増加させた点は偉大です（『モデルアート』1966年11月号：23）

ここでは、「ある面で」と留保が付けられながらも、「偉大です」と「ロボットや漫画もの」のプラモデルの可能性が見出されている。ただ一方では、「今までのモケイのがいねんから飛び出し」ていることが認知されており、これに対する評価は「プラモファンを最大に増加させた」という、あくまでポピュラリティに基づくものにすぎなかった。

そもそも1970年代前半までのスケールモデルが全盛であった時代には、一部の模型マニアのなかでは歴史的逸話に乏しい民間旅客機や明るく派手な彩色をもつ試作機、宇宙開発ものなどは格下に扱われていた。スケールモデルのなかでさえこういったヒエラルキーは存在していたので、大人の正統派モデラーにとっては、キャラクターモデルは「異端」の 카테고리 という圧力は強かった（日本プラモデル工業協同組合編 2008：219-221）。すなわち、この時代には、キャラクターモデルは、いわば文化的な「下位」にある模型として位置づけられていたのだ。

そのため、『サンダーバード』や『ウルトラセブン』などのコンテンツ自体の人气が落ち着くにつれて、キャラクターモデルは商業的にも苦境に陥っていった。イマイは生産設備の拡張や広告費の先行投資を回収できず、早くも1969年に会社更生法の適用を受け、倒産した。一方、同じくキャラクターモデルに進出していたバンダイは慎重な投資を行っていたため、損害は少なく、逆にイマイの旧工場や金型を買い取り、後の「ガンプラ」ブームの前提となる技術的・生産的基礎を固めた。

では、さらにこの後の時期に、キャラクターモデルはいかにして模型の主要ジャンルになっていくのか。次節では、この点について述べていく。

³¹ このときのイマイは、日産4万個のフル生産体制であり、1966年度は前年度比2倍半の年商となったという。

6-2 キャラクターモデルと情報消費社会

「松本零士の世界」とスケールモデル

前節で述べたように、キャラクターモデルは商品としての売り上げはあったものの、文化的ヒエラルキーとしてはスケールモデルより下位に位置づけられていた。そして、1960年代末から70年代には、イマイの失敗を受けて「キャラクターものは終わった」（柿沼・加藤編 2007：26）とまでいわれた状況が続いた。

そのような風潮が破られたことには、模型誌の果たした役割が大きかった。『ホビージャパン』は1976年に初のキャラクターモデルを扱った特集「松本零士の世界」を組んだ（図 6-2a）。以後4回にわたったこの特集は、雑誌という「メディアが主導したことで、それは作品表現として人前に出しても許されるもの、という勇気が芽生える」（日本プラモデル工業協同組合編 2008：220）ほどの反響を生んだ。

では、こうした特集の背景には、模型をめぐるどのような考え方の変化があったのか。4回目の「松本零士の世界」特集内に次の文章がある。

松本零士のマンガには、実在のメカをそのままの形で登場させたもののほか、ユニークなオリジナル・メカが登場するものが多い。そのどれをとっても、モデラーの食指を動かすには充分なものばかりであるが、キットの発売されているものの数は少ないので、どうしても作ってみたいという人は、自作しなければいけない（『ホビージャパン』1980年10月号：5）

ここで注目したいのは、「実在のメカ」と「オリジナル・メカ」の並列である。模型内のジャンルにおいて、いまだスケールモデルが主流であった1970年代末から80年にかけて、松本零士の作品が選ばれたのは偶然ではない。もちろん、当時のSFブームはあったにしても、特に松本零士の作品が選択された理由はそれだけではない。彼のマンガのなかに、『銀河鉄道999』に代表される「オリジナル・メカ」を中心とした作品だけではなく、主人公のドイツ軍のエース・パイロットがメッサーシュミットに乗る『ベルリンの黒騎士』や、「97式側車付二輪自動車を主役にしたような」（*ibid*：20）『鉄の竜騎兵』など、すでに現実にある〈実物〉が登場し、活躍する作品が多かったからである。

では、こうしたマンガと模型の関係をどのように捉えればよいのだろうか。もちろん、「モノが記号として消費される」というボードリヤール流の考え方に沿えば、模型という



図6-2a 「松本零士の世界」特集の表紙
（『ホビージャパン』1978年5月号）

モノを通して松本零士マンガの情報を消費していることになる。さらに、「物語消費」の枠組で考えると、キャラクターモデルというモノによって、個々のマンガのエピソードで描かれた「小さな物語」の背後にある松本零士の作品世界という「大きな物語」を消費しているといえるかもしれない。実際、彼の作品は、例えば『銀河鉄道 999』と『宇宙海賊キャプテンハーロック』が同一の世界観を有していることが示唆され、また『宇宙戦艦ヤマト』が壮大なスペースオペラの物語を構成していた。その意味では、まさに特集テーマのごとく「松本零士の世界」を消費するのが、この時代のキャラクターモデルであったようにも思える。

しかし、実際の誌面においては、そういった SF 作品はもちろん掲載されつつも、マンガ作品自体の知名度からは意外なほど、『ベルリンの黒騎士』や『零距离射撃 88』などの「戦場まんが」シリーズに登場する兵器の模型が多く取り上げられていた。ここには、二つの要素が関係していると思われる。まず、実際の兵器に取材したマンガの方が、当時すでに充実していた各社のスケールモデルのキットを利用することができるため、いまだラインナップが不足するキャラクターモデルに対して製作上の優位性があった。これは、模型の商品としての歴史的蓄積といえる。

だが同時に、観念的な模型「文化」のなかのヒエラルキーの問題もあっただろう。すでに見てきたように、この時期はいまだスケールモデルが模型の中心であって、〈実物〉の「不在」ゆえに歴史的由来をもたないキャラクターモデルは一段低く評価される傾向があった。こうしたなかで、すべてが架空の歴史で構築された SF ではなく、過去の戦史に取材した「戦場まんが」がその重要な一角を占めていた松本零士の作品だからこそ、模型誌で扱い得たと考えられる。つまり、「松本零士の世界」を題材とする模型は、実際には純粋なキャラクターモデルというより、〈過去〉の〈実物〉を模すスケールモデルの論理をもっていたからこそ受容されたと考えられるのである。

以上の分析は、すでに形成されていた、〈過去〉の〈実物〉をつなぐ媒介性ゆえに、それに適した「物語」の内容が選好されるという論理を明らかにしている。「松本零士の世界」というスケールモデルとキャラクターモデルの中間的形態が示すのは、物語消費論のような「物語（マンガ）ゆえのモノ（模型）」の消費ではなく、むしろ「モノ（模型）ゆえの物語（マンガ）」の選択という逆のベクトルなのである。

ガンプラと「イメージ」の再現

こうした文脈のなかで 1979 年にテレビ放送された『機動戦士ガンダム』に登場する MS（モビルスーツ）や MA（モビルアーマー）、戦艦、人物などを題材にしたプラモデル、すなわち「ガンプラ」が 1980 年代前半に「ブーム」と呼ばれる人気を博すようになった³²。

³² 「ガンプラ」の存在の大きさは、売り上げの数量を見ても明らかである、1980 年の第一号である「1/144 ガ

ガンプラについて、一般的な評論では、その世界観の完成度やリアルなキャラクター描写などのアニメーション作品としての魅力が作用したとの説明が多い³³。学術的議論においても、本章の冒頭で確認した通り、「大きな物語」としての世界設定の緻密さや、さらにそれをガンプラというモノが「小さな物語」として補完していったことが論じられてきた。

しかし、こうした枠組のみでガンプラを捉えるのは妥当なのだろうか。ガンプラは現在まで、模型独自のシリーズ展開も数多く行われ、業界関係者にとっても「プラモデルとしての『ガンダム』」を追求する流れは、本編の二次的産物から成長し、独立した流れとしても存在している」（柿沼・加藤 2007：146）と考えられている。実際、その売り上げは1980年代の「ガンプラブーム」の際に急増した後も、現在の合計4億個に至るまで、継続的な人気を示している（図6-2b）。

こうしたガンプラの存在の大きさを考慮するならば、やはり単なるアニメーションを中心とする「大きな物語」の従属物ではなく、模型メディア史の文脈をふまえた検討によって異なった様相を浮かび上がらせる必要があるのではないだろうか。

「ガンプラ」に関して本論文

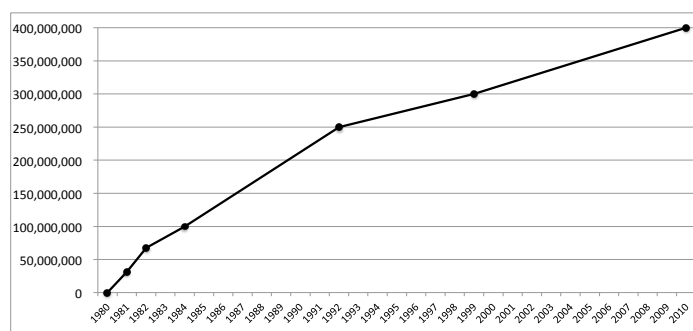


図6-2b ガンプラの合計出荷数の推移、単位・個

（日本の模型業界75年史編集委員会 1986：268-269、および

『電撃ホビーマガジン』2010年9月号に掲載のデータより筆者作成）

で注目したいのが、「ブーム」以前からの模型誌との関わりである。1980年には早くも『ホビージャパン』がガンプラを積極的に扱い、表紙や特集記事に用いるようになっていた。こうした記事内容を仔細に検討すると、そこに見られる論理は「物語消費」よりむしろ、スケールモデルに比べて自由度を増した製作における〈解釈〉の楽しさだ。

次に挙げるのは、「ガンプラブーム」がはじまる直前の時期、『ホビージャパン』の「フィギュア」特集号に掲載された、バンダイの製品をレビューした「ガンダム・フィギュア」という表題の文章である。

ンダム」発売から半年で出荷数は100万個を突破した。さらに、1981年秋以降は月産300万個に至った。この時期から1980年代前半までがいわゆる「ガンプラブーム」と呼ばれる時期である。1984年に累計出荷数は1億個を突破した。なお、その後も販売数を伸ばし続け、2010年には「ガンプラ」の累計4億個を突破している。

³³ アニメーション史においては、こうしたある種「大人向け」ともいえる難解な物語展開であったからこそ、本放送の際には視聴率はふるわず、再放送やその後の劇場版において爆発的な人気が生じたことが指摘される。

ガンダムシリーズの中より、ついにフィギュアの登場。平面のアニメのものを立体化することからしてかなりムリがあるのはプラキットを作った人でなくとも十分に想像がつくだろうと思われる。だから、今回の人形たちにもあまり期待してなかったのですが、（バンダイさんゴメン！）ところがどっこい、実物を見て、やったねー。バンダイさん。たいしたもんです。こんなキットが出る様になると、たかがマスコミ物、キャラクター物とバカにできないですなー。どのモデルもアニメのイメージを出していてもう最高です…髪の毛や服のしわには、スケールモデル以上にコントラストを付けてやると良い（『ホビージャパン』1981年6月号：28）

ここでは、「大きな物語」を背後にもつ「小さな物語」の消費というよりも、「アニメのイメージが出ていてもう最高」と、単にキャラクターの「イメージ」の再現が評価の対象となっている。これは「断片化した情報」を消費しているという意味で、むしろ後に東浩紀が指摘する「データベース消費」に近い欲望である。

しかし、そうした枠組とも微妙なズレを見せている。それは、スケールモデルとの差異として「コントラストを付け」ることの重要性に現れている。キャラクターの再現のためには、単に〈形状〉を忠実に再現するだけではなく、〈解釈〉することが必要である。それは、この記事の著者がいうように、「平面のアニメのものを立体化する」際に必然的に生じる問題だ。つまり、アニメーションという二次元メディアにおけるキャラクターを、模型という三次元メディアに置き換えることは、二次元メディア同士の展開とは異なる。それは、いわばキャラクターモデルに固有の営みだといえる。キャラクターモデルにおける〈解釈〉の論理のなかでこそ、「イメージの再現」という課題が重要性をもって浮かび上がってくるのである。

「オリジナル」の魅力

続く1982年からはいわゆる「ガンプラブーム」が起こることになるが、そこにも『ホビージャパン』や、さらにバンダイ自身が発刊するPR誌である『模型情報』が大きく関わっていた。

まず、『ホビージャパン』に関しては、先に述べた表紙の初登場や特集記事を経て、1982年には一冊すべてがキャラクターモデルという初の試みである別冊『HOW TO BUILD GUNDAM』が出された（図6-2c）。これは翌年出された続刊『HOW TO BUILD GUNDAM 2』とともに「ガンプラブーム」に非常に強い影響を与えた。また、こうした企画の成功によって『ホビージャパン』は、主流の模型ジャンル



図6-2c 『ホビージャパン』の別冊
『HOW TO BUILD GUNDAM』（1983）

がキャラクターモデルへと転換する動きを方向付ける役割を果たすとともに、そうした流れのなかで 1990 年代に至るまで最大部数の模型誌として安定した位置を得ることになる³⁴。

さらに、1983 年に雑誌での作例から派生した模型オリジナルの「MSV (モビルスーツ・バリエーション)」というシリーズがバンダイから発売された。これは、アニメ作品としての『機動戦士ガンダム』には直接登場しないが、その世界設定上ありえたモビルスーツ (MS) を模型にした製品であり、その意味で「バリエーション」というネーミングが付けられていた。

こうした MSV に特化した刊行物が、1983 年に発刊された『模型情報・別冊 MSV ハンドブック』である。そこでは、アニメに登場しない MSV に関する詳細なデータや性能といった情報が、従来の模型誌でスケールモデルの題材となる〈実物〉に関して記述されていたのと同様のフォーマットを用いて提供されていた (図 6-2d)。

また、同誌に掲載された『ガンダム』のメカデザイナー・大河原邦男への MSV に関するインタビューからは、当時の模型のあり方の一端が伺える。

模型ファンのみなさんなら、私が考えた以上のバリエーションを作れるんじゃないですか。このシリーズを基礎として自分だけのオリジナル作品が続々と生まれると楽しいですね。

——模型は、素材という考え方ですか。

まあ、そういう事ですね (『模型情報・別冊 MSV ハンドブック』第 1 号、1983 年 1 月)

ここでは、製品化された MSV を説明書通り忠実に作るだけでなく、模型を「素材」にして「自分だけのオリジナル」を生み出すこと期待されている。

この例にみられる期待が示唆するのは、ガンプラは単に既存の「大きな物語」を構成する一要素なのではなく、模型製作を通じてモデラーが自分なりのオリジナルな表現が可能で



図6-2d 設定とともに掲載されたガンプラのジオラマ

(『模型情報・別冊MSVハンドブック』第3号、1983：66)

³⁴ 『雑誌新聞総かたろぐ』によれば、『ホビージャパン』の部数は、1979 年が 53,000 部、80～82 年が 55,000 部、83～85 年が 130,000 部、86～95 年が 160,000 部、96～99 年が 200,000 部、2000～01 年が 340,000 部、02～05 年が 350,000 部となっている。なお、2006 年からは計測方法が JMPA 調べによる印刷証明付き発行部数に変わったので数値の連続性はないが、06 年・154,583 部、07 年・153,854 部、08 年・150,466 部、09 年・131,242 部、2010 年・143,137 部となっている。

あるがゆえに広く受容されたことである。そのガンプラのあり方からは、スケールモデルにおいてすでに見られた〈解釈〉の楽しみが、形状の「忠実な再現」に対して優位になりつつあったことがわかる。

実際、『模型情報・別冊 MSV ハンドブック』の編集長であったバンダイの加藤智は、後年のインタビューで「MSV は、ガンダムという作品に奥行きを与えました、もちろん、原作となる「機動戦士ガンダム」にそれを許す懐の広さがあったからできたことですが、当時、MSV の設定をとにかく自由にやらせてもらえたことも大きな理由であったと思います」（『模型情報・別冊 MSV ハンドブック』復刻版：頁表記なし）と述べている。

キャラクターモデルと情報消費社会

もちろん「ガンプラブーム」の契機には、すでに指摘されている「物語消費」的側面があっただろう。すなわち、ガンダム世界の「宇宙世紀」には詳細な年表や緻密な設定があり、それが個々のモノから新たな「小さな物語」を作り出し、それを「大きな物語」に回収するという力学が働いていた。同時に、川村が指摘したような「フェティシズム」的側面、つまりモノから派生して、むしろ物語を補強していくような流れもあるだろう。これは、MSV という模型発のシリーズがガンダムの公式設定に組み入れられ、逆に物語世界を改変していくことに典型的に現れている。

しかし、さらに「二次元メディア（アニメ）を三次元（模型）化する」ことをめぐる「イメージ」の再現や「オリジナル」な表現を行う楽しみを見出すことができた。こうした〈解釈〉の魅力はすでに、スケールモデルにおける「正確さ」とのコンフリクトや、スケールモデル／キャラクターモデルの中間的形態ともいえる「松本零士の世界」特集にもみられた。だが、そうした単なる〈形状〉の忠実な〈再現〉といった論理には収まらない模型のあり方が全面化したのがガンプラだったのではないだろうか。オリジナルの〈解釈〉という媒介性は、以降のキャラクターモデル全般に受け継がれ、スケールモデルに対する優位性として機能していくのである。

こうした個人のオリジナリティの重視は、他者との差異化を求める方向性をもつ。したがって、ガンプラに代表されるキャラクターモデルのあり方は、情報消費社会の原理と、論理的にも対応していることがわかる。つまり、情報消費社会という近代社会のマクロな変容と適合的であったからこそ、ガンプラは（単なる物語の再現だけではなく）各個人がオリジナルな〈解釈〉をも求める方向に展開し、人気を博していったと考えられるのである。実際、その後『ガンダム』における「宇宙世紀」を模倣した、あるいは同等以上に詳細で精緻な設定をもたされた架空世界を描くアニメ作品が登場しても、模型において「ガンプラ」ほどのブームを起こすことはなかった。そこには、上述した契機を含んだキャラクターモデルが、情報化／消費化の論理が前景化していた 1980 年代という時代状況と呼応することで、「ガンプラブーム」という動きが生じたと考えられるからである。それが、

後のキャラクターモデルにそのフォーマットの多くの部分が継承されたにもかかわらず、「ガンプラ」を超えるキャラクターモデルは現れなかった社会的・文化的理由であると考えられる。

6-3 ガレージキットとアマチュアリズム

脱工業化社会とガレージキット

前節で論じたキャラクターモデルの模型内の主要ジャンルとしての地位獲得と同時期に、模型の物質性を考えるうえで重要なもうひとつの動きが生じていた。それが「ガレージキット」の登場と広がりである。こうしたガレージキットは既存の「物語消費」的な枠組では語られてはおらず、さらに文化社会学やメディア研究の領域としては全く論じられていない対象だといっている。本節では、1980年代に誕生したガレージキットの展開を検討することを通して、既存の社会学的研究がうまくこの現象を捉えられなかった理由を明らかにするとともに、この時代の模型の物質性を捉える手がかりとする。

そもそも、「ガレージキット」とは何をさすのだろうか。一般的な定義としては、「自宅のガレージ程度のスペースで製造可能な模型」（日本プラモデル工業協同組合 2008：250）だとされる。しかし、ガレージキット製作の当事者でもあったライターのアサのまさひこによれば、こうした理解は「事実誤認」であって、音楽作品に喩えて「“プラスチックモデル版インディーズ”と表現するのがいちばん手っ取りばやい」（アサの 2002：64）という。ガレージキットという言葉自体は、1960年代にアメリカで流行したガレージロックを語源だといわれる。

前章で述べたように、プラモデルは高価な「金型」を製作し、スチロール樹脂などのプラスチック材料を射出成形することで形成される工業製品である。大掛かりな生産設備とそれに伴う巨額の初期投資を必要とするプラモデルは、いわゆる「重厚長大型」の重化学工業の成果であった。だからこそプラモデル産業は、金型の蓄積のある古参メーカー（例えば戦前からのアオシマやイマイ、戦後のタミヤ）や、新たな金型を企画・開発する資本力のある大企業（例えば、バンダイ）が比較優位性をもち、新規参入が難しい領域として知られている。

それに対して、ガレージキットは、「製法や材料を問わず、家内工業的に手作りされる模型キットの総称」（日本プラモデル工業協同組合 2008：250）であった。1980年代には、後に述べるいくつかの契機から、大手メーカーが製品化しないようなマイナーなキャラクターの模型を、以前より少ない初期投資で製作することが可能になっていた。ガレージキットはその意味で、典型的な「多品種少量生産」であり、脱工業社会に適合的な模型ジャンルだったといえる。

ガレージキット誕生の契機

さて、こうしたガレージキット誕生の背景には、以下の3つの契機があったと考えられる。

第一に、物質としての模型に関わる点として、造形材料の入手可能性がある。三次元的な立体物には、二次元的なメディアにはない複製の難しさがある。1980年代以前には、立体物の複製用素材自体が「個人レベルではほぼ取り扱いが行われていなかった」（あさの2002：65）。例えば、初期のガレージキットは、無発砲ポリウレタン樹脂で作られている「レジンキット」と呼ばれる模型が多かった。ガレージキットを製作していた当事者の述懐では、1980年代には工芸用品を扱う店舗でこうした材料が販売されており、それによってガレージキット製作が可能になったという³⁵。この背景には、資本主義経済システムの成熟があるだろう。「少品種大量」の生産中心社会から「多品種小量」の消費社会への変容のなかで、従来は業者間でしか取引されてなかった特殊な材料が、小売店レベルで比較的容易に購入できるようになった。そのことが、ガレージキットという模型の製作を物質的な面で支えたのである。

第二に、記号としての模型に関わる点として、情報消費社会における差異化の論理がある。これには、模型誌『ホビージャパン』が果たした役割が大きいだろう。1980年代に入ったことから、自分なりの「オリジナリティ」を加えるために、「特殊工作材料」を扱った記事がしばしば掲載されるようになった（図6-3a）。この種の記事には、次のような文章がみられる。

新キットの発売ペースのスロー化、...少品種の多数メーカーによる競合化などは、自然にプラモ人口を減少に追い込んでるように感じられる。旧キットのみならず、新発売のキットを作っている人でも、新キットの発売ペースが遅くなれば、その間に他の楽しみを求めるようになるだろうし、いくら多数のメーカーから同じ品種のものが発売されても、買って作るのはそのうち一つだけなのだから。そこで、キットを素直に作るだけでは物足りない人も多いはず。



図6-3a 「特殊工作材料」を扱った記事
（『ホビージャパン』1981年1月号：18）

³⁵ 例えば、当時からガレージキットを製作しており、現在まで海洋堂のフィギュア原型師として活躍するBOMEは、当時の東京ではシリコンゴムとFRPによるガレージキットが発達していたが、この要因は東急ハンズで売られており、材料が手軽に手に入るためだっただろうと推測している。なお、BOME自身は大阪を中心に活躍しており、関西には東急ハンズがなかったため、そこでは大阪にあった海洋堂では代わりにバキュームフォームを用いたガレージキットが独自に発達したという（BOME 2002：74-75）。

せっかく作るならば他の人の作ったものよりもきれいに、かっこ良く作りたいし、自分でも楽しめるものを作りたいではないだろうか。それには、今までのプラモ専用工作材料にこだわってはいだめなのだ。...今回の特集は、それら現状に飽き足らないモデラー達に対して...他分野のものでも積極的にモデル作りに利用し、よりすばらしいモデルをつくってもらいたいという、本誌編集部からのアピールなのだ（『ホビージャパン』1981年1月号：20）

ここでは、「キットを素直に作るだけでは物足りない人」や「現状に飽き足らないモデラー達」に向けて、「他の人の作ったものよりもきれいに、かっこ良く作」るために、「今までのプラモ専用工作」以外の「特殊工作材料」による模型製作が提案されている。こうした提案は、前節で論じた〈解釈〉の強調という同時代のキャラクターモデル、特に「ガンプラ」をめぐる動きと呼応している。模型における記号的な差異の重視、さらにそれを実現するための具体的な材料や方法に関する情報の提供が、ガレージキットへの流れをゆるやかに形作ったと考えられる。

第三に、模型の歴史に関わる点として、「ブリコラージュ」（Lévi-Strauss 1962=1976）的製作の反復がある。第4章で論じたように、かつて戦時下の模型では、総力戦体制という極限的な物資不足のなか、利用可能なあらゆる素材を流用する製作実践が推奨されていた。戦時下におけるブリコラージュによる模型製作が、戦後社会では大量生産による規格化された「キット」の普及によって、一旦は後景化していたように見える。しかし、戦時期に「工夫」と呼ばれた模型のブリコラージュは、戦後も「改造」という名前で語られる製作上の実践として残存していた。利用可能なモノを総動員して目的の模型を完成させるブリコールの発想や技術は、さまざまな製作主体に応用され、さらに模型誌がそれを広めることで、そうした発想や技術の集積がいわば模型に固有の「文化」として歴史的に蓄積していたのだろう。従来の文化社会学では、こうした「モノ」に即した製作実践や工夫をうまく捉えきれていなかった、あるいは現場における物質性をめぐるブリコラージュを軽視してきたからこそ、ガレージキットがメディア研究の対象となってこなかったと考えられる。

以上、3つの点がガレージキット誕生の契機として挙げられる。実際には、これらの要素は密接に関係して機能していた。すなわち、多様な造形素材が利用可能な状況が前提となり、情報消費社会における差異化の論理が、模型製作における「改造」という文化実践と合体することによって、ガレージキットというジャンルが誕生したといえるだろう。

模型メディアのアマチュアリズム

では、誕生したガレージキットは、模型メディアにどういった変化をもたらしたのか。それは、模型における生産／消費の主体の拡散、送り手／受け手の融解である。

もちろん、模型は「製作」という能動的行為を含んでいるため、そもそも戦前期から生

産者と消費者、送り手と受け手といった図式には収まりきれないメディア文化領域ではあった。しかしガレージキットの時代になると、プロと素人の中間である「アマチュア」（飯田 2014）による実践がさらに顕在化してくる。

その典型的な例が、後の 2000 年代にフィギュア・ブームを牽引することになる海洋堂である。海洋堂は当初、模型を趣味としていた宮脇修が、1964 年にプラモデルショップとして創業した模型店であった（宮脇 2002）。しかしその後、絶版模型の復刻作業で造形技術を向上させていき、オリジナル原型で特撮作品などに登場するキャラクターのガレージキットを製作するようになった。この当時製作していたのはいまだ版權を得ていない「ゲレーズーン」のキャラクターモデルであったが、1982 年に初の版權取得キットを発売するまでになる（図 6-3b）。



図6-3b 海洋堂がはじめて版權取得した
ガレージキット「海底軍艦」(1982)

さらに、1982 年には同じく大阪で、後にオタク論で著名になる岡田斗司夫がガレージキットを製作・販売するゼネラルプロダクツを立ち上げており、1984 年よりアマチュア製作によるガレージキットの展示・販売イベント「ワンダーフェスティバル」を主催するようになった。その後、1992 年にゼネラルプロダクツが活動を休止するのに伴って、それ以降のワンダーフェスティバルの主催を海洋堂が引き継いだ。ワンダーフェスティバルは、画期的な「当日版權システム」を導入することにより、海洋堂などの組織だけでなく、個人でもメーカーと同様に販売者となることができるようになった（あさの 2002：第 2 章）。

すでに述べてきたように、ガレージキット草創期からすでにアマチュアが自己の製作した原型を複製すること自体は可能であった。たがその時点では、複製品の生産が可能であっても、著作権の問題があり、それを公的な場で販売することは難しかった。それが、ワンダーフェスティバルでは、イベント当日限定とはいえ、大手メーカーと並列して商品を公式に販売することが可能であった。ここに至って、「アマチュア」は生産者という立場だけではなく、販売者としての地位を獲得したといえることができるだろう。

プラモデル／ガレージキットの融解

しかし、ガレージキットをめぐる動きが盛り上がるにつれて、それに注目した大手メーカーが進出するようになった。例えば、バンダイは 1985 年から『B-CLUB』というガンダムの模型を中心とするムック本を定期刊行し、誌面に掲載した作例をそのまま「B-CLUB」レーベルのガレージキットとして発売するようになった。ここには、模型と紙媒体のさらなるメディア・ミックスとともに、大量生産に満足しない発想から生まれたガレージキットという模型のあり方を大手メーカーが逆に取り込んでいこうとする動きが

見られる。

しかも、B-CLUB がもつ他のガレージキットの作り手にはない優位性は、ガンプラの発売元であるバンダイが開発していることで、メジャー・ラインであるガンプラと完全に対応する展開を行えたことである。例えば、既存のガンプラと組み合わせることで、プラモデルとしては発売されていない比較的マイナーなMSを作ることができる「改造パーツ」など、すでにガンプラという一大シリーズをもつ大手メーカーだからこそ可能なガレージキット群を販売しえた（図 6-3c）。ここに来て模型メディアは、送り手／受け手という図式だけでなく、さらにプロ／アマチュアといった枠組をすら融解することになったといえるだろう。

以上のように、従来の模型メディアをめぐる実践で蓄積されてきたブリコラージュは、1980 年代以降の情報消費社会の差異化の論理と結合し、多様な造形材料が入手可能になった状況において、ガレージキットというジャンルを形成していった。その結果、アマチュアによる活動領域が広がり、自己の〈表現〉としてのガレージキットを生産し、販売できるまでになった。さらには、逆に大手メーカーがガレージキットの領域に進出していくことで、こうした「大手メーカーによる大量生産品のプラモデル」と「アマチュアの個人や集団による少量生産品であるガレージキット」という二項対立的な区分自体が失効していったのである。



図6-3c バンダイ「B-CLUB」による
「改造パーツ」のガレージキット
(1999)

6-4 虚構の解釈を表現するメディア

本節では、本章の以上3節で述べてきたポスト戦後期の模型のあり方について、ここまですでに触れていない資料を挙げつつ、メディアの媒介性と物質性という視点からまとめていきたい。

キャラクターモデルと〈虚構〉

6-1 では、ポスト戦後社会のなかで、キャラクターモデルが誕生し、模型の主要ジャンルとして形成される過程を中心に記述してきた。スケールモデルにおいても〈形状〉の正確さと〈解釈〉の楽しみの弁証法が見られたが、それは、大量生産品に満足しなかったことに加えて、「歴史的事実」に基づくことの限界が意識されていた。例えば、当時スケールモデルの専門誌であった『ホビージャパン』における初の「松本零士の世界」特集の巻頭言には以下のような文章がみられた。

「模型造りってそんなに楽しいかい？」などと聞かれた事はありませんか？...数年前までなら、こんな間に、ごく当然のように胸を張って「それは楽しいもんだよ。」って言えていたものでした。でも近頃心から楽しいといえなくなっているではありませんか？内外から出版される膨大な資料にうもれ、現存する実物のリサーチに追われ、その結果口だけは達者になり、人の作ったキットを馬鹿にするのは一人前。...もうこうなってしまうのは趣味だなんていえません。...そこで我々模型作りを趣味とする者だけでも楽しくやっていこうということで、ここに「松本零士の世界」と題した模型作りの楽しみ方のひとつを御紹介する次第です...こんなのは邪道だ!!などといきりたつ人もいます。でもそういわずにまず見て頂きたい。実に楽しい飛行機たちではありませんか！（『ホビージャパン』1976年6月号）

そこで忌避されているのは、模型製作のために「膨大な資料にうもれ、現存する実物のリサーチに追われ」る状態であって、逆に目指されているのは、すでにある〈実物〉の細部に拘束されない「楽しい模型」を追求する姿勢である。

「マンガやアニメのコンテンツ人気によって、キャラクターモデルが生まれた」といった一方通行的な理解とは全く異なる論理がそこにはある。むしろ、それまでのスケールモデルに見られた「過去の実物を正確に再現する」という媒介性が、この時代にはすでに、固定化した「メディアの物質性」となっており、その自明性に対するオルタナティブとしての媒介性を探るキャラクターモデルが登場したと考えられる。だからこそ、すでに現実存在する「アメリカ」や「日本」の飛行機や戦車、艦船などではなく、〈虚構〉のキャラクターやメカニックが模型の題材として求められたのである。

現実性と〈解釈〉の弁証法

しかし、6-2 で述べたように、キャラクターモデルにおいても、〈解釈〉だけが一元的に重視されていたわけではない。スケールモデルからの持続の側面もまたキャラクターモデルに見られる。

1984年に、もともとは『ホビージャパン』の編集部にはいた人物が独立して立ち上げた模型誌『モデルグラフィックス』は、1987年から「ガンダム・センチネル」という模型作例と小説を合わせたオリジナルの連載企画を行った。「ガンダム・センチネル」は、1980年代前半に『ホビージャパン』や『模型情報』が関わって形成されたMSVのように模型独自の展開を図りつつも、より「リアル」な路線を追求し、スケールモデルを製作するような古参のモデラーにも好評だったといわれている（モデルグラフィックス編 1989）。

「ガンダム・センチネル」の人気は、後にバンダイが正式に同シリーズのプラモデルを商品化したことから伺える。「ガンダム・センチネル」でメカニックデザイナーを務めていた かときはじめ（現・カトキハジメ）は、当時の連載のなかで次のように述べている。

これまでの MSV が、視覚的フォルムやカラーリングにその良し悪しの判断の対象を集中させて委ねて来たのに対し、今回は逆に、内側から責めてみた。前者を否定している訳ではなく、この 303E 案を参考に、個々の MSV 観というモノに、“現実性／時間軸の正当化”を付加価値として加えてみるのも、又、新しい発見や新しい切り口が見つかるんじゃないかな、あくまでこれは、MSV の楽しみ方のひとつ、には過ぎないのはモチロンだけれども！（『モデルグラフィックス』1988 年 12 月号：32）

独特な言葉使いが多いが、ここで述べられているのは、〈解釈〉をめぐる弁証法である。個々のモデラーによる独自の「視覚的フォルムやカラーリング」が提示されていた「これまでの MSV」に対し、かときは「現実性」や「時間軸」という、ガンダム世界の設定に合致する忠実さを求めている。この図式は一見、従来スケールモデルにおいても存在した「正確さと〈解釈〉のコンフリクト」の変奏にすぎないとも思える。ただ、ここでの「現実性／時間軸の正当化」は、「新しい発見や新しい切り口」を見つけるためであって、もはや「楽しみ方のひとつ」になっている。「正確さ」がある種の絶対的な位置にあったスケールモデルとは異なり、設定に沿った「現実性」は重視されつつも、無数の〈解釈〉のうちの特定のバージョンにすぎないと、かときのような「現実性」重視の立場でさえ認めていることになる。

つまり、ここでは作品世界のリアリティ自体が脱構築され、徹底的に相対化されているのだ。これは、現実と虚構がともにシミュラクルとして等価な消費の対象となるポストモダン社会に適合した模型の媒介性だったと考えることができる。

アマチュアによる〈解釈〉の表現

6-3 では、ガレージキットというジャンルについて、特にアマチュアによる営みに注目して論じてきた。ガレージキットは、1980 年代に多様な造形素材の入手が容易になったことを前提に、戦時期に端を発するブリコラージュ的な製作実践が、情報消費社会における差異化の欲望と合流することによって誕生した。ガレージキットは、アマチュアが自ら生産・販売することが可能なモノであり、そこでは、自分が〈解釈〉したキャラクターの姿を〈表現〉することが目指されたのである。

さらに、1990 年代の模型誌における読者参加企画を見ると、こうしたガレージキットの論理が、キャラクターモデル全般に波及していた様子が伺える。次に挙げるのは、「オリジナル」のガンプラの「大賞作品」への「審査委員の講評」である。

イラストを元に立体化する場合、たいてい「2D の嘘」が表面化してくる。今回の作例は微妙なバランス調整にて、かなりのレベルでイラストのデザインラインを崩すことなく仕上げら

れているが、それでも部分的にバランスを変えたところ、逆にデザインを優先させた結果すり合わせがうまくいかなかったところがある。実際に自分でイラストを描き、それを元に立体化するとき一番大切なのは、どれを取り、どれを捨てるかの選択だろう（『ホビージャパン』1999年8月号：90）

キャラクターモデルでは、二次元のイラストを三次元へと「立体化」する際の、「どれを取り、どれを取るかの選択」が「一番大切」とされる。こうした理解は、この時代の模型が、どこにも存在しない〈実物〉についての自分オリジナルの〈解釈〉を〈表現〉するメディアとなったことを示していた。

情報消費社会における模型メディアの媒介性と物質性

以上のように、ポスト戦後期の模型は、情報消費社会のなかで「キャラクターモデル」が主要なジャンルになっていくとともに、アマチュアによる多品種少量生産の「ガレージキット」を登場させた。こうした模型が媒介する対象は、時間的には存在しない〈虚構〉にある（あるいは〈虚構〉にしかない）〈実物〉、空間的な位相としては引き続き〈形状〉が重視されつつも、正確さや忠実さより〈解釈〉が優位となったオルタナティブな〈実物〉だといえる。すなわち、キャラクターモデルが中心となり、ガレージキットという新ジャンルを誕生させた情報消費社会の「模型」は、〈虚構の解釈を表現するメディア〉とまとめることができる。

では、さらなる情報社会化とグローバル化が進行する時代には、こうした模型の媒介性と物質性はどのように変化していくのだろうか。次の第7章では、2000年代以降について検討していく。

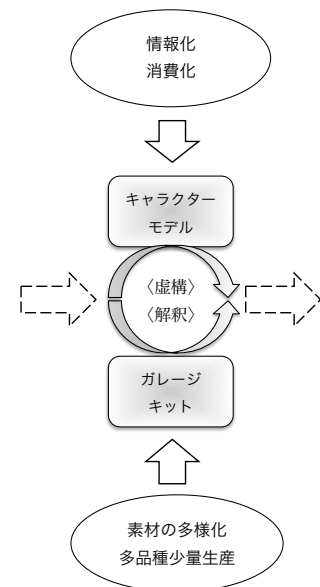


図6-4 ポスト戦後期の模型メディア

第7章 現代の模型とグローバル化・デジタル化

7-1 グローバル化する模型

現代社会のグローバル化とデジタル化

現代社会では、グローバル化とデジタル化という社会変動が急速に進行している。グローバル化は人・モノ・情報・イメージの地球規模での移動の増大をさすが、その背景には政治的・経済的・文化的なさまざまな要因が存在している。1980年代以降の主要国における新自由主義への経済政策の転換は、グローバル化の流れを押し進めた重要な契機であった。さらに、冷戦体制崩壊後の1990年代にはこうした資本移動の自由化は旧社会主義圏にも拡大し、名実ともに地球を覆うこととなった。

社会学における代表的なグローバル化論として、R.ロバートソンによる議論がある（Robertson 1992=1997）。彼は、社会学の正当的な主題をふまつつも、特に「文化のグローバル化」という論点を強調する。情報メディアの普及を前提とした地球の一体化のなかでは、グローバルとローカルの混淆が生じている。ロバートソンによれば、グローバル化は単に世界を均質化するのではなく、ローカルな文化の多元化という帰結をもたらすという。

模型は、資本主義経済のなかの商品として存在するため、まずはメーカーの多国籍展開という面でグローバル化と関わる。さらに模型は、情報やイメージを構成要素とするメディア文化でもあるので、記号的な側面でもまたグローバル化の影響を受けざるをえないだろう。

一方、デジタル化は、字義的には「離散的」なアナログから「連続的」なデジタル方式に変わる技術上の転換を意味する。しかし、現実的な用法としては、より広義な社会変動をさす概念として用いられている。石田佐恵子は、デジタル化時代を「デジタル方式のメディアがそれ以前のメディアにとって替わり支配的モードとして普及していく時代」と定義している（石田佐恵子 2013：306-307）。

1980年代の消費社会論は、モノが受容の地点で記号や情報として消費されることを示していた。それに対して、2000年代以降の「デジタル化」をめぐる議論が強調するのは、モノ自体がデジタルデータという情報に置き換わっていく動きである。序章で述べたように、現代社会は、情報を載せたモノの複製が行われる「複製技術時代」から、情報それ自体のコピーが可能な「メタ複製技術時代」へと移行している（遠藤 2013）。

こうしたデジタル化社会においては、模型は根本的な変容を余儀なくされる。第3～6章で見て来たように、模型はこれまで「物理的なモノ」であることを重要な成立要素としてきた。その「モノ」自体が自明ではなくなる現代社会においては、模型もまたその存立基盤を崩されていく。そうしたなかで、模型の物質性と媒介性はどのように変わっていくのだろうか。

本章では、この問いについて考察すべく、多様化する現代の模型からいくつかのトピックを取り上げ、グローバル化やデジタル化という社会変動の視点から検討を加えていく。まず、現代の模型をめぐる状況を概観したうえで、グローバル化がもたらしたインパクトについて検討する（7-1）。次に、2000 年代前半に起こった、いわゆる「おまけフィギュアブーム」を中心に、フィギュアという新たな模型のジャンルを、中国の工業化との関わりから論じていく（7-2）。さらに、2000 年代後半から 2010 年代にかけて盛んになっている「実物大模型」の展示を対象に、メタ複製技術時代におけるアウラという観点からの考察を行う（7-3）。そのうえで、現在の模型を読み解くキーワードとして集合的記憶に注目し、2000 年代から 2010 年代の現在にかけての模型の媒介性と物質性を明らかにしたい（7-4）。

グローバル化する模型の生産・流通

グローバル化という論点から模型を捉えるうえでまず確認すべきなのは、日本の模型メーカーの国際的な展開である。これは、模型の販売網としての欧米や東アジアを中心とする輸出と、生産地としての中国や東南アジアからの輸入という 2 つの新たな局面に現れる。

第一に、日本の模型メーカーの海外進出に伴う変化について確認していこう。低成長期に入った日本経済や見込まれる少子化による人口減少などの理由から、1980 年代後半にはすでに大手の模型メーカーは海外に目を向け始めていた。例えば、タミヤは、1985 年に英語による模型誌”Tamiya Model Magazine International”を自ら創刊した（図 7-1a）。同誌は「戦車、航空機、自動車、バイク、艦船、SF、ジオラマ、フィギュア、技術、新しいキット、アクセサリ、書籍などを含むスケールモデリングのトピックの全範囲をカバーする」雑誌である³⁶。こうした誌面内容は、第 5 章でもふれたタミヤ自身による月刊の PR 誌『タミヤニュース』や、模型誌『モデルアート』や『ホビージャパン』『モデルグラフィックス』などが形成してきたフォーマットをふまえた構成となっている。

しかし、タミヤがここで意図しているのは、単に「日本」の模型文化の発信ではない。



図7-1a “Tamiya Model Magazine International”の表紙

³⁶ 「TAMIYA MODEL MAGAZINE.COM」における雑誌内容の英文説明

(<http://tamiyamodelmagazine.com/blog/2012/09/25/welcome-to-tamiya-model-magazine-international/>、2014 年 10 月 13 日取得) による。

実際に、”Tamiya Model Magazine International”の編集はイギリスで行われていることや、1992年に臨月刊になった当初の国外での部数が4万部であるのに対し、日本国内での部数は2千部である³⁷ことから、建前としての「国際的」ではなく、現実には英語圏を中心としたグローバルな発信をねらっている雑誌であることがわかる。さらに1990年代後半には、英語版に加えて、フランス語版も発行されるようになっていく。

こうした雑誌メディアを用いた展開は、当然ながらグローバル化時代の経営戦略によるものである。模型メーカーのすべての動きをくまなく記述するのは難しいので、引き続きタミヤの動きを追うとともに、ガンプラ以降に模型業界の最大手となったバンダイの海外展開について検討していく。その作業を通して、グローバル化時代における模型の生産様式について分析していきたい。

タミヤは1994年、フィリピンに自社工場を設立している。これは、多くの工業製品と同じく、日本国内の高い人件費ではグローバル化したマーケットでの競争力をもちえないことが原因である。実際、その規模は大きく、財務省の『貿易統計』の「輸入統計品目表（品別国別表）」のうちスケールモデルが入ると思われる項目³⁸について、1994年まで国別表記が存在しないほ

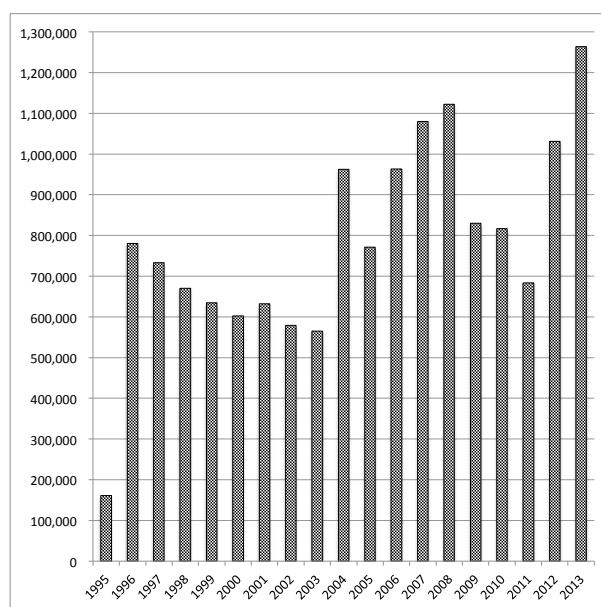


図7-1b フィリピンから日本への模型関係の輸入額推移

(単位・千円、財務省『貿易統計』より筆者作成)

³⁷ 『雑誌新聞総かたろぐ』(1993年版～2013年度版)による。なお、同年鑑の1992年版までは、Tamiya Model Magazine Internationalの掲載はみられないので、それ以前もこの部数であったのかは不明である。なお、2002年以降は発行部数が2万部に低下している。

³⁸ 本論文における「スケールモデル」と重なる『貿易統計』「輸入統計品目表」上の項目は、2007年までは第95類「がん具、遊戯用具及び運動用具並びにこれらの部分品及び附属品」における中項目「その他のがん具、縮尺模型その他これに類する娯楽用模型（作動するかしないかを問わない。）及びパズル」のうち、小項目「縮尺模型の組立てキット（作動するかしないかを問わないものとし、第9503.10号のものを除く。）」のなかの「卑金属製又はプラスチック製のもの」（細分番号950320010）である。その後、2008年からは分類が少し変更され、小項目「電気式鉄道車両（線路、信号機その他の附属品を含む。）、縮尺模型の組立てキット並びにその他の組立てセット及び組立てがん具」のうち、「卑金属製又はプラスチック製のもの」（細分番号950300510）が概ね対応すると思われる。なお、後に述べるように、「輸出統計品目表」は（日本からのプラモデルの輸出量の多さから）別の分類項目が設定されているため、この限りではない。

ど少量であったフィリピンからの輸入が、1995 年以降は急激に増大している（図 7-1b）。

一方、バンダイは、1981 年のフランスや翌年のイギリスへの進出を皮切りに欧州での販売を積極化し、1984 年には香港に福萬有限公司を設立した³⁹。さらに 1996 年には、中国・石家荘に自社工場を建設している。この工場はその後閉鎖されたものの、中国での生産は下請け会社の工場を通じて継続されている。『日本経済新聞』によれば、2012 年の時点で同社の海外生産比率は現在約 8 割で、このうち 96%を中国の協力工場に生産委託しているという⁴⁰。しかし、バンダイは 2013 年より、中国の人件費高騰とフィリピンでの政情の安定を主な理由として、フィリピンに自社工場を設置し、玩具や模型の生産を開始した。こうしたバンダイの進出もあって、しばらく減少していたフィリピンからの輸入額は 2013 年に再び増加している。

第 5 章でふれた「プラスモデルキット」の日本国内での出荷額は 1990 年代から低下していた（図 5-3c）。だが、こうした変化はグローバル化時代では、日本国内での模型の消費量が落ち込んだことを意味しない。実際には、これまで同じパッケージやデザインの製品を購入していても、モノとしてのプラモデルをどこで成形加工しているかによって、統計に現れてくる量が異なるからである。

むしろ、こうした模型生産のグローバル化が示しているのは、「日本の模型」の脱中心化だろう。明治期以来、西洋の”model”と異なる独自の道を歩んで来た日本社会の「模型」だが、少なくとも生産と流通の側面に限っては、その輪郭がこれまで以上に捉えづらくなってきている。もちろん、かつての日本がそうであったように、模型の生産には近代的な工業化に支えられた一定の技術と資源が必要となる。また、製造ラインを動かすための電気などのインフラや、安全な輸送ルート、決まった時間に定型的な作業を行える「近代」的な労働者も必要だろう。しかしそれは、条件が揃いさえすれば世界中のどこでも達成可能なことである。

グローバル化と模型の消費

一方、消費の面でもグローバル化の影響が強くみられる。まず、日本からの国別のプラモデル関係の輸出額⁴¹を時系列で確認したい。把握しやすい図にするために、日本の模型

³⁹ 株式会社バンダイのホームページ「会社案内・歴史・1980 年代」

(<http://www.bandai.co.jp/corporate/history80.html>、2014 年 10 月 12 日取得) による。

⁴⁰ 『日本経済新聞』2012 年 7 月 31 日朝刊による。

⁴¹ 本論文における「プラモデル」と重なる『貿易統計』『輸出統計品目表』上の項目は、第 95 類「がん具、遊戯用具及び運動用具並びにこれらの部分品及び附属品」における「その他の組立てセット及び組立てががん具・娯楽用模型(プラモデルを含む)」(2006 年までは細分番号・950330100、2007 年からは細分番号・950300310)である。

メディア史との関係の深い、アメリカ・イギリス・香港・中国の4つの国（地域）のみを挙げた（図7-1c）。

全体の額としては、年ごとに変動がありつつも、いわゆる「失われた20年」の間も一定の規模を維持している。ただ、その内実を確認すると、欧米への輸出は2000年代に大きく落ち込んでいる。一方で、対欧米の減少分を香港向けの増加が埋め合わせてきた状態となっている。さらに2010年代に入ると、中国本土への輸出も急増しているのがわかる。

この変化の経済的な要因としては、先進国の成熟社会化によって消費が頭打ちになるなかで、これまでの主な輸出先であった欧米から、東アジアを中心とする新興国市場に進出していく企業戦略があるだろう。

しかし、東アジアが一方通行的に日本のモデルを輸入しているという関係ではなく、逆に、香港のドラゴンや中国本土のトランペットなどの東アジアのメーカーも国際市場での存在感を増してきている。実際、日本の大手量販店では、これらのメーカーのプラモデルを見かけることが多くなっている。

こうした事態は、発展段階的な推移として語られることも多い。例えば、ライターのアサのまさひこは、「かつてその旬はイギリスにあり、'60年代初頭にはフログやエアフィックスが躍進した。'60年代中頃のそれはもちろん、レベルやモノグラムを擁したアメリカ、'70年代にはまちがいなく、日本のメーカーが世界に向けて羽ばたいた時代」であるが、その後は「日本以外の東アジア諸地域によるプラモデルが'90年代～21世紀にかけて旬を迎えた」（『モデルグラフィックス』2004年3月号：7）と述べている。

しかし、文化のグローバル化という社会学的論点をふまえた視座から検討すると、単なる段階論とは異なった、もう少し複雑な事情が見えてくる。いま生じている事態は、単純に「日本のモデル」の影響が東アジアで拡大したということや、「日本のモデル」の覇権が「アジアのモデル」に移りつつあるといったことではないだろう。

実は、香港や中国のモデルメーカ

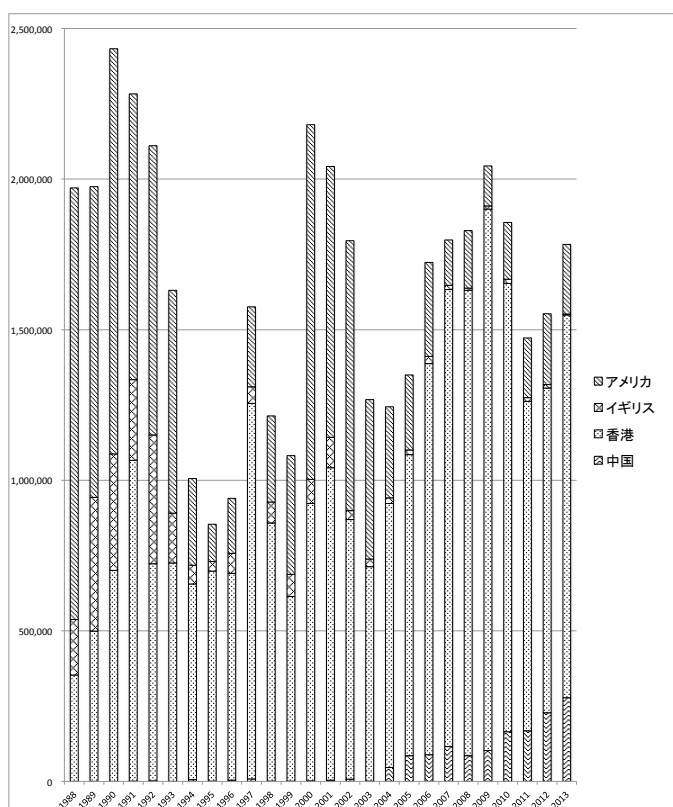


図7-1c 日本から米・英・香港・中国（本土）への

プラモデル関係の輸出額推移

（単位・千円、財務省『貿易統計』より筆者作成）

一では、これまで国内の模型業界で活躍してきた日本人が、製品の企画・開発に従事している場合も多い⁴²。また、香港の最大手の模型メーカーであるドラゴンの社長であるフレディ・リャンは、タミヤの模型の熱心なファンであり続けてきたことをさまざまな場で公言している。また、日本の模型誌の読者参加企画には、海外のモデラーの作品が多数掲載されるようになってきている。

こうした事例を考慮に入れるならば、商品の生産や流通の越境とともに、模型の文化消費に関わる越境も生じているといえる。したがって、現在のグローバル化によって起こっているのは、むしろ「日本の模型」の融解だといえよう。ここでは、どこまでが日本社会における模型なのかが、ますます不明確になっているのである。

模型のローカル化と「日本」

企業の生産と販売におけるグローバルな展開や「日本の模型」の脱中心化と合わせて考えなければならないのは、記号としての模型のグローバル化による変容である。それは逆説的に「日本」というナショナリティとの結びつきという形で現れる。

M.フェザーストン⁴³は、R.ロバートソンの議論を引きつつ、グローバル化の影響によって、「他者」をますます知ることになり、逆に「ローカルな文化」への脅威が認識されるといふ（Featherstone 1995=2009: 160-163）。しかし、そうしたローカルな文化への回帰は、ポストモダニズム以降の「様式と伝統の寄せ集めやいたずらっぽいコラージュ」や「ヴァナキュラーなもの」にすぎず、そこでのローカルさは「ファクション（事実と虚構の混合物）」というべきものだ（*ibid*: 169）。その意味でまさに、こうしたグローバル文化の編成は、脱中心化され「ほつれゆく（undoing）文化」なのである（*ibid*: xv）。フェザーストンが主に挙げる事例は、ディズニーワールドなどのテーマパーク、ショッピングセンター、美術館などであるが、模型というモノにも同様の論理が見られる。

例えば、バンダイは近年、ガンプラを「国産」であることを強く打ち出している。新聞記事におけるインタビューで、静岡にあるバンダイのホビーセンター長は「ガンプラはファンの目が肥えていて、常に最先端が求められる。メード・イン・ジャパンの信頼感そのものがブランド価値になっている」という。それを受けて記者も「ガンダムが放映されていない海外でも、インターネットの動画を通じて、ガンダムの知名度が上がっているという。競争力のある日本発の「アニメ」と、ものづくりの技。この結びつきがさらに強まれば、世界に誇れる成長分野になるのではないか」（『朝日新聞』2010年4月19日朝刊）

⁴² 例えば、スケールモデル専門店を営んでいる高田裕之は、香港・ドラゴン社の戦車模型のプロデュースを行っている。また、株式会社インターアライドの社長である角田秋久は、1996年ごろに中国・トランベッター社からアプローチがあったことをきっかけに、以降の開発に協力している（『モデルグラフィックス』2004年3月号: 8）。

という所見を述べている。

ここから伺えるのは、まず「クール・ジャパン」に代表されるアニメを中心とするコンテンツ戦略のなかにガンプラが組み込まれている様子である。たしかに、日本の輸出全体が縮小するなかで、数少ない拡大が見込まれるコンテンツ産業は経済的に重要ではある。

しかし一方では、先に述べたような模型メーカーの海外生産は進み、バンダイも玩具製品全体の海外生産比率は8割以上に達していた。そのなかで、例外的に国内生産を続けているガンプラのみが取り上げられ、「日本」というナショナルな価値を付与される。たしかに、模型業界のなかでのガンプラの存在感は圧倒的である。例えば、2010年の時点では、ガンプラが模型市場全体・430億円のうち49%を、そのなかのキャラクターモデル市場・240億円のうち88%を占めている⁴³。

だが、物質的な基礎でいうとプラスチックの原料である石油は、中東を中心とする地域からの輸入でもともと日本由来の材料ではない。また、成形加工の基盤になる金型は日本の職人の手によるものだが、デジタル化に伴うCADの導入⁴⁴で必ずしも手作業によらなくなっている。しかも、最終生産地としての日本のなかでさえ、実際にはプラモデルはその全体の8割以上が静岡のみで生産されている（尹 2012：17）。にもかかわらず、モデルのローカル化は「日本」というナショナルな記号が用いられるのである。

この背景としては、第3章で論じたように、そもそも日本社会における「模型」という存在が、近代的な科学を模する必要があった戦前期に「進んだ西洋」と「遅れた日本」との対比のなかで形成されたことがあると考えられる。さらに戦後になってからも、日本のプラモデルは〈形状〉を模するプラスチックモデルを日本にもたらした「アメリカ」を意識しつつ、そのコピー商品からはじまっていた。しかし、このように実は隠れた参照点でありつつも、戦時期に帝国日本の〈理念〉と結びついた時期を例外とすると、模型に関して「日本」という記号性は多くの時期でそれほど前面化してはいなかった。それが近年では一転して「日本」というナショナル리티の強調が目立っているのだ。

しかし、こうした記号的な価値の前景化は、反対にモノ自体の価値が見出しにくくなっていることを逆照射的に示している。

⁴³ 『電撃ホビーマガジン』（2010年9月号：8）による。

⁴⁴ CAD（Computer Aided Design）とは、コンピューターの支援により行う模型の設計をさす。従来のまず手書きの図面を起こし金属製の型に職人が手彫りしていたのに代わって、コンピュータ・グラフィックスによって二次元の図面が書かれるようになった。1980年代半ばからバンダイは先駆的にこの設計方法を導入してしたが、現在では多くの大手模型メーカーで導入されている（日本プラモデル工業共同組合編 2008：314-315）。

例えば、香港で行われたキャラクターモデル関係の展示会「C3 日本動玩博覧会 HONG KONG 2012」において、日本の著作権関係の団体が、「本物」のガンプラと「海賊版」のコピー品とを並べて展示するブースを設置していた⁴⁵。しかし、その「日本製の本物を買うことをキャンペーンする」啓蒙的な意図に反して、両者に（おそらくかつての「本物」の日本製模型と「海賊版」に見られたような）モノとしての模型の大きな違いは見つけにくくなっている。会場で配布されたチラシからもわかるように、正規の版權許諾を得ているか否かといった法的な側面を除くと、バンダイのロゴマークが付されていることなどの「ブランド価値」的な記号の差異があるだけである（図 7-1d）。

しかし、かつて日本がイギリスやアメリカのプラモデルに対して行ったようなキャッチアップの努力を、東アジアのメーカーも日本や欧米に対して行っている。さらに、日本メーカーの現地工場や下請け会社を通じた技術の転移、あるいは先述した日本の模型関係者の協力といった要因によって、もはや「モノとしての模型の違い」は消え去りつつある。

考えてみれば、模型の場合は元来が「模した」モノであるから、言葉の限定的な意味での「本物」はどこにも存在しない。そもそも「本物の模型」と「偽物の模型」という言い方自体が奇妙である。それは、キャラクターモデルの場合にコンテンツの法的な著作権許諾を示すか、あるいはモノとしての模型に関わる「模す」水準のクオリティの違いがあるだけである。そして、生産・消費活動のグローバル化によって、こうしたモノ自体の複製品同士が近似していく。だからこそ、現在では前者の法的な違いや記号的価値を主張せざるをえなくなってきたのだと考えられる。

7-2 フィギュアと中国の工業化

中国のグローバル経済への参入

グローバル化の背景には、政治的・経済的・文化的なさまざまな要因が存在している。そのなかでも、主要国の政策の新自由主義化は、グローバル化の流れを押し進めることに



図7-1d 正規版と海賊版のプラモデルの違いを啓蒙するチラシ（2012）

⁴⁵ 「C3 日本動玩博覧会 HONG KONG 2012」のデータに関しては、2012年3月9日から11日まで行った、参与観察とインタビューを含む調査による。同展示会について詳しくは、調査に関する「海外レポート」（松井 2013b）を参照されたい。

なった。D.ハーヴェイは、1980 年前後に米英中の三カ国で同時に新自由主義的改革がはじまったことを強調している。特に中国は、イギリスのサッチャーやアメリカのレーガンに先んじて、すでに 1978 年に鄧小平が「改革開放」路線に大きく舵を切っていた。しかも、それ以前の毛沢東体制における社会主義的経済からの急速な転換であったため、グローバル経済に与えるインパクトは米英にも増して大きかったという (Harvey 2005=2007 : 第 5 章)。

中国の新自由主義的改革とそのなかでの急速な経済発展は、農村から都市への労働力の流入に支えられた工業化にその多くを負っていた⁴⁶。とくに冷戦体制が崩壊した 1990 年代以降は、旧西側諸国からの投資も増大した。そして、低い人件費と相まって 2000 年代前半までには、先進国の消費文化を支える多様な工業製品を生産するようになった。

こうした流れのなかで日本も中国からの工業製品の輸入を増やしていくのだが、本論文に関わるのは「フィギュア」の下請け生産地としての中国の存在の大きさである。実は、模型から派生したフィギュアというジャンルが一般化し、2000 年代前半に「ブーム」と呼ばれるようになった背景には、中国の工業化があったと考えられる。本節では、文脈としての中国の工業化に目配りしつつ、2000 年代のフィギュアをめぐる動きについて検討していく。

ガレージキットからフィギュアへ

現代のメディア文化領域において使用される「フィギュア」という言葉のもとになっているのは、英語の “figure” という単語である。英単語としての figure に対応する日本語は、形態、姿・外観、人の姿、肖像、人物、図形などである⁴⁷。

こうした figure 概念を模型史と照らし合わせると、〈形状〉を重視するような戦後の模型 (第 5 章) の時代になって、模型は figure と近接する領域になったと考えられる。これは、現代の代表的なフィギュア・メーカーである海洋堂の専務・宮脇修一が「いまでこそフィギュアは広い意味で使われていますが、当時のフィギュアというのは…鉛で作られた精巧な人形の兵隊などを指しました」(宮脇 2002) と述べる内容とも符合する。では、当初の「精巧な人形の兵隊など」を指した時代から、いかにして現在のような「広い意味」のフィギュアに至ったのだろうか。

フィギュアと呼ばれるモノが日本の模型との関わりで登場するのは、1970 年代のミリタリーモデルからである。それまで戦車や飛行機のアクセサリーにすぎなかった人形が「フ

⁴⁶ 中国政治を専門にする鈴木隆によれば、1979 年から 2011 年までの間、中国の一人当たり GDP の年平均成長率は 9.9 パーセントである。これは、日本の 1956 年から 1973 年までの日本の高度経済成長期の実績を上回っている (鈴木 2013 : 41)。

⁴⁷ 研究社『新英和中辞典 第 7 版』(竹林・東・市川・諏訪部編 2003) による。

ィギュー」という独立したカテゴリーで認識されるようになった。この時期のフィギュアとしては、タミヤの「1/25 METAL MODELS FIGURE」が有名である。これが宮脇のいう「鉛で作られた精巧な人形の兵隊」だと思われる。

1980年代に入ると、いくつかのガレージキットメーカーが、それまでの時期よりは多くの数を量産できるフィギュアの製造・販売に着手するようになった。そのフィギュアは、ガレージキットの原型を流用した（後の「おまけフィギュア」よりは大型の）「アクションフィギュア」⁴⁸であったが、数万円することも珍しくない少量生産のガレージキットに比べて、数千円という低い価格であった。しかし、当初の生産者の意図に反して、海洋堂の企画部長・白井武志によれば「販売個数が200～1000個のアンダーグラウンドなガレージキット」から「アクションフィギュアでも…実際の規模は5000とか1万とかそんなもので…ガレージキットのたった10倍」⁴⁹という、大手メーカーのキャラクターモデルに比べると、マニア向けの小さい市場であることには変わりなかった。

フィギュアブームと中国の工業化

こうした状況が変わるのは、2000年代前半の「おまけフィギュアブーム」である。ブームのきっかけとなったのは、フルタ製菓の「チョコエッグ」という玩具菓자에付属の海洋堂製の「動物フィギュア」である。1999年からチョコエッグは発売されていたが、広く認知されるのは、2001年初頭にパルコのバレンタイン・デー企画のタイアップ商品となり、新聞やテレビ番組で取り上げられるようになってからである。注目されたポイントのひとつは、手のひらサイズにもかかわらずクオリティの高い塗装が行われていることであった（図7-2a）。



図7-2a 海洋堂の「おまけフィギュア」

（「海洋堂フィギュアミュージアム黒壁 龍遊館」にて筆者撮影）

おまけフィギュアが話題になるとともに、海洋堂などのガレージキットメーカーだけでなく、バンダイなどの大手メーカーも同様の商品を販売するようになった。その結果、おまけフィギュアの題材は動物以外にも、戦車などのミリタリー関連やアニメーションに登

⁴⁸ 「アクションフィギュア」は手足などを可動させて、好きなポーズで飾ることのできるフィギュアをさす。そのため「アクション」とはいえ、あくまで「飾る」ことが目的であって、「動く」ことそのものを重視する戦前期の模型とはその意味合いが異なる。

⁴⁹ あさのまさひこによるインタビューのなかの、白井の発言による（あさの 2007：285）。

場するキャラクターといった、さまざまな対象に広がっていった。これらの題材は、従来のプラモデルやガレージキットの範囲と大きく重なる。同時にフィギュアは、チョコエッグ以外の多種多様な食玩やドリンクなどにも付けられるようになり、量販店や百貨店、コンビニなどで広範に流通し、その後数年間は「ブーム」と呼ばれるほどになった。

この時期のおまけフィギュアの特徴は、お菓子やドリンクと合わせても百～数百円という安価であったことと、それにもかかわらず従来の「玩具」とは一線を画したクオリティの高さを維持していたことである。後者に関して、フィギュアの原型製作に関しては、これまでの模型史のなかで蓄積されてきた製作技術と、ガレージキット全盛期におけるそうした技術の中小メーカーへの広がりといった理由で説明がつくかもしれない。だが、前者については、それだけではなぜ安価な大量生産が可能であったのかがわからない。では、こうした生産面での達成はいかにして可能であったのだろうか。

結論を先取りすれば、こうしたフィギュアの大量生産は、中国の工業化があつてはじめて成り立っていた。本節の

はじめで確認したように、

1980年代から中国は改革开放政策に転じ、その後沿岸部を中心とする工業化が急速に進展した。それは、

『貿易統計』におけるフィギュア関係の輸入額⁵⁰にも如実に現れている。輸入額の推移からは、1990年代からフィギュアの生産が中国で行われるようになり、「おまけフィギュアブーム」の2000年代にピークに達し

ていたことがわかる（図7-2b）。

では、こうした中国でのフィギュアの生産は、どのように行われていたのだろうか。これまで精密な塗装を施したフィギュアを低価格で生産するのが難しかったのは、端的に言ってそれが非常に手間のかかる作業だからである。プラモデルのようにパーツ単位で機械

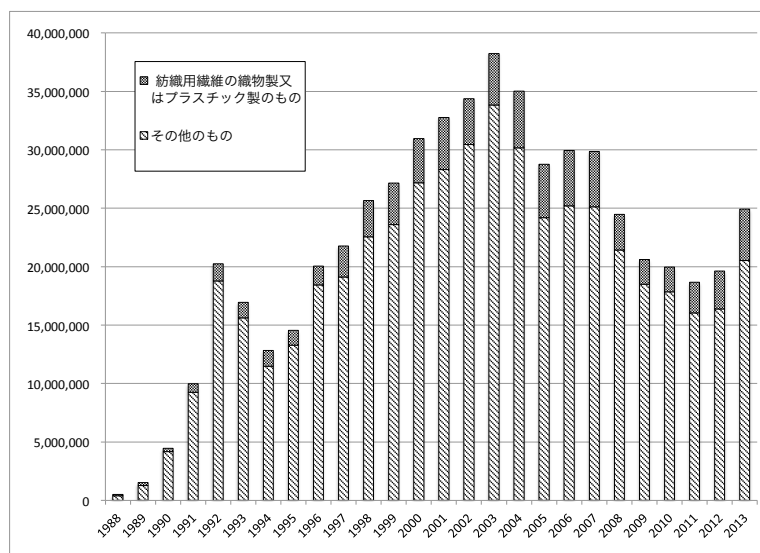


図7-2b 中国から日本へのフィギュア関係の輸入額推移

(単位: 千円、財務省『貿易統計』より筆者作成)

⁵⁰ 本論文における「フィギュア」と重なる『貿易統計』『輸入統計品目表』上の項目は、第95類「がん具、遊戯用具及び運動用具並びにこれらの部分品及び附属品」における「がん具（人間以外の生物又は動物を模したものに限る。）」のなかの「紡織用繊維の織物製又はプラスチック製のもの」および「その他のもの」（細分番号・950300311 および 950300319）である。

による量産が可能な製品と異なり、フィギュアの塗装は人の手で行う必要がある。だからこそ、プラモデルでは、塗装された完成品は価値をもち、オークションなどで転売される場合もキットの定価から数倍以上の高価格でやり取りされる⁵¹。

しかし、中国のフィギュア工場では、こうした塗装済みフィギュアの大量生産が可能な生産体制が敷かれていた。その理由として複数のレポートで挙げられているのが、徹底した分業体制である⁵²。例えば、ある工場では「「ひとりの人間には2箇所以上塗らせない」というルールが徹底されている」（あさの 2002 : 246）という。こうした「工夫」により、ひとりで複数を塗装する場合に比べて、必要なスキルは飛躍的に軽減されるのである。そのうえ、こうした塗装作業を数百人や数千人といった圧倒的な規模で行うことで、フィギュアのクオリティは維持されていた。

これは、フィギュアがきわめて古典的な労働集約的な生産体制で作られていることを示している。フィギュアブームという一見「ポストモダン」的とも見える現象は、そのモノとしての基礎の部分では、非常に「近代」的な生産のもとで成立しているのである。こうした事態は、従来の文化批評のように単にフィギュアをアニメーションに登場する「美少女キャラクター」などの表象に還元する議論が、いかに一面的であるかを明らかにしている。

ポスト・フィギュア時代の模型

フィギュアブームは 2000 年代後半に沈静化する。ライターのあさのまさひこは、2005 年を境にして「コンビニに新製品が並ばなくなった」（あさの 2007 : 282）と述懐するが、こうした関係者の実感は上記の輸出額の推移でもある程度裏付けられる。図 7-2b を見ると、2005 年を境に中国からのフィギュア関係の輸入は急速に減少し、2010 年代の現在までこの傾向は続いている。

この背景には、先述した構造の変化があるだろう。2000 年代後半には、中国の経済成長に伴う賃金上昇が生じていた⁵³。メーカーへの取材からも、以前のようなコストでのフィギュア生産は難しくなったことが報告されている（市川 2008 : 52）。そもそも安価な労

⁵¹ もちろん、どのくらいの値段で売買されるのかは、製作者による完成度によって大きく異なる。なお、こうした数字を客観的に示すのは難しいが、著者の模型関係者への聞き取りや、「ヤフオク」などでのプラモデルの塗装済み完成品の落札価格などから、未完成のプラモデル製品の定価の数倍の値段が付くのが普通であると思われる。

⁵² 例えば、海洋堂と提携する工場に取材したあさの（2002 : 第 7 章）や、バンダイの食玩の下請け工場をレポートした市川（2008）がある。

⁵³ 経済学者の李佳によれば、改革開放路線に転換した 1978 年から 2010 年までの約 30 年間で、中国人の年間所得は 15 倍近くに増えたという（李 2013）。

働力の大量投入によって成り立っていたフィギュア生産は、こうした条件が崩れるとモノとしての供給が不可能になる。前節で見たように大手模型メーカーはフィリピンやタイなどの東南アジアに進出したが、プラモデルのように機械で大量生産する製品では可能なそうした対応策も、塗装という一定の技術が必要なフィギュアを生産をすぐに他で地域で行うのは難しい。こうしてフィギュアブームは、個別のキャラクターの人気といったコンテンツ面より前に、モノとしての供給自体が難しくなることによって終焉したといえる。

では、フィギュアブームとその終焉は、模型メディア全体にどのような影響をもたらしたのだろうか。まず、生産者と消費者の新たな分離が挙げられる。模型を企画・開発・生産するメーカーと消費・製作するモデラーという旧来の区分は、前章でみたガレージキットの登場によって崩されたようにみえた。しかし、グローバル化時代に現れたのは、中国の工場で作られたフィギュアが、大量に日本の消費者に受容されるという新たな状況だった。

こうした環境の変化は、受容者の「作る」意欲や技術の低下をもたらす。1980年代を境に子供の「作る」スキルが急激に低下したことを、当時父の経営する模型店で働いていた現・海洋堂専務の宮脇修は指摘しているが、この時点ではまだ「作る」ことが模型の前提であった。だが、2000年代のフィギュアブームで生じたのは、スキルに加えて「作りたい」という意欲の低下であった。あさのまさひこによれば、プラモデルの設計を簡単にすれば、その場の客離れはしのげるが、結果的にそれはモデラー全体のスキルを下げることにつながる。それを繰り返した結果が、模型製作より完成品フィギュアを好む受容者を生み出したという（あさの 2002 : 50）。

こうした変化がフィギュアブームの受け手側の要因となり、実際に精密で安価なおまけフィギュアの大量供給が可能になったことで、そうした受け手の変化がさらに加速されていったと考えられる。ここからわかるのは、2000年代には、模型をキットから組み立てるより、フィギュアを購入してコレクションしたり、眺めたりする態度が優位となったことがある。そこでの模型の受け手は、戦前期の「エンジニア」や、戦後プラモデルの「モデラー」、ガレージキットの「アマチュア」などとは異なる、より受動的な消費を行う「コレクター」となっているのである。

しかし、こうした変化はひとつのジャンルとしての「フィギュア」のみに留まる動きではない。前章で述べたように、模型のなかでもキャラクターモデルは、接着剤の不要なスナップキット方式や、巧みなパーツ分割によって塗装なしでも原作の色が「再現」できる多色成形のプラモデルを先駆的に実現してきた。それに加えて 2000 年代以降には、組み立てにニッパーが不要であったり、ランナーから切り離すだけでフレーム部分が完成するガンプラが多数発売されている⁵⁴。さらには、これまで製作に比較的高いスキルを必要と

⁵⁴ 前者は「SD ガンダム」シリーズのうち 2000 年代以降のキットで、後者は 2010 年から展開されている 1/144

してきたスケールモデルにおいても、半完成品が目立ってきている。例えば、タミヤは2003年より、内装の組み立てや塗装がはじめからされており、最後の完成のみを自分の手で行う「セミアッセンブル・モデル」というプラモデルの点数を増やしている。

フィギュアブームの顛末とプラモデル製品のこうした展開からは、いまや模型が自分のオリジナルな〈解釈〉を行うのではなく、何か別の媒介性をもつメディアとなったことが示唆される。では、現代の模型はどのようなメディアとなっているのだろうか。その問いに答えるために、2000年代以降の模型をめぐる、もうひとつの重要な動きに注目していきたい。

7-3 実物大模型と疑似アウラ

模型のデジタル化と実物大模型

当初は欧米のプラモデルに劣っているとされた日本製のプラモデルだが、1970年代から1980年代になると、世界最高の品質といわれるようになっていた。その背景には、職人による金型の刻印技術があった（日本プラモデル工業協同組合編 2008:312-313）。しかし、1980年代半ばにCAD(Computer Aided Design)がガンプラで用いられたのを皮切りに、現在までは多くの模型メーカーがデジタルデータによるプラモデルの設計を行っている。さらに、その間CADの質的変容も起こっている。当初はCGによって二次元の図面が書かれただけであったが、コンピュータの大容量化・高処理化によって、三次元のモデリングまでデジタルデータで設計されるようになった。三次元CADの導入によって、精密なデザインやプラスチック成形、製造時の効率性を追求した原型製作が可能になったといわれる（*ibid*: 316）。一般にデジタルデータの利点は、何度でも修正が可能な点にある。プラモデルの設計でも、そうした特性が大いに利用されているのである。

こうしたデジタル化の動きは受容の局面でも進行している。現在では、デジタル技術を用いて、ユーザー自身がもはや三次元の立体物ではなく、コンピュータ上のCGによって「模型」を製作できるようになっている。2000年代後半には、例えば、CGによる「ガンプラ」のモデリングについての教科書も出版されてきている（和田編 2006）。前章で述べたような自分のオリジナルな〈解釈〉を行うキャラクターモデルの造型は、本来は脱物質化したCGでこそ行いやすいはずである。こうした模型の生産と受容の両方でのデジタル化の流れを考えると、もはや模型が「物質的なモノ」であることの意味は見失われつつあるようにも思える。

スケールの「RG（リアルグレード）」シリーズで主に用いられている。

しかし一方で、2000 年代以降、アニメやマンガなどに登場するキャラクターを題材にした「巨大な立体物」が各地で建造・公開されている。その主要な例を列举すると、2003 年からのガンダムミュージアム（現・おもちゃのまち バンダイミュージアム）における「原寸大ガンダム胸像」、2005 年の個人製作による「1/1 ブルーティッシュドック」の公開、2009 年にお台場、2010-2011 年から静岡で展



図7-3a お台場の「実物大ガンダム立像」（2012、著者撮影）

示され、2012 年から現在まではお台場で常設されている「実物大ガンダム立像」、2009 年に建造された神戸・長田の「鉄人 28 号モニュメント」、2010 年から富士急ハイランド内のアトラクションに組み込まれた「エヴァンゲリオン実物大初号機」などがある。これらは、作品内のメカニックやキャラクターを設定に準じたサイズで立体化した「モノ」である。イベントやミュージアムにおける展示、何らかの出来事を記念したモニュメント、テーマパークのアトラクション、あるいは個人の趣味による製作と、展示の主体や目的はさまざまだが、実際に多くの人々がそこに訪れて、これらの巨大な立体物を受容しているという共通点がある。これらを何と定義するのかは難しいが、従来のキャラクターモデルで主流であった対象が題材となっていることや、模型業界に関わってきた組織や個人が関係していることを考慮して、本論文では「実物大模型」と総称することとする。実物大模型は、これまでのキャラクターモデルのように形状だけではなく、「縮尺（大きさ）」を含めて〈実物〉を模していることが最大の特徴である。

本節では、「実物大ガンダム立像」を事例として、そのような実物大模型の受容について検討していく。こうした作業は、現代における模型メディアの物質性と媒介性を考察する手がかりとなるだろう。

実物大ガンダムと集合的記憶

「実物大ガンダム立像」は、アニメーション作品『機動戦士ガンダム』の主役機「RX-78-2 ガンダム」を、その設定通り 18 メートルの大きさで建造した立体物である。直接のきっかけはテレビ放送の 30 周年記念であって、2009 年の 7 月 11 日から 8 月 31 日まで「GREEN TOKYO ガンダムプロジェクト」のシンボルとしてお台場・潮風公園で公開された。実物大ガンダムは大きな話題となり、開催期間中に当初の予想を上回る 415 万人を動員した（ガンダムフロント東京有限責任事業組合 2012）。次に、こうした人気を受けて、2010 年 7

月 24 日から 9 月 30 日、および 12 月 1 日から翌 2011 年 1 月 10 日に開催された「模型の世界首都 静岡ホビーフェア」の一環として静岡・東静岡広場に展示された⁵⁵。例年の静岡での模型関係のイベント「静岡ホビーショー」の来場者数が 7 万人ほどであるが、実物大ガンダムを含む「模型の世界首都 静岡ホビーフェア」には 150 万人を超える来場者が訪れた⁵⁶。さらに 3 度目として、2012 年春から現在まで、お台場の複合施設・ダイバーシティ東京のフェスティバル広場に常設で展示されている（図 7-3a）。

では、実物大ガンダムが多くの人を惹き付ける理由については、どのように考えられるのだろうか。もちろん、ガンダムというコンテンツ自体の人気の高さや、前章で述べた物語消費といった要因もあると思われる。しかし、物語消費論では、コンテンツ自体の魅力は説明できても、わざわざ「実物大」にすることの意味は説明できない。「実物大ガンダム」という 18 メートルのモニュメントを見るためにわざわざお台場や静岡に行くことなかには、そこに固有の魅力があると解釈すべきだろう。

その疑問を解くために、実物大ガンダムの展示に訪れた人々の経験に注目したい。ここでは、参与観察とインタビューを含むフィールドワーク⁵⁷から見出された人々の行為や語りを紹介しつつ、それらを分析していく⁵⁸。

「実物大ガンダム」の展示においてまず気づくのは、多くの人が「なつかしい」と言っていることである。これは周囲を眺めているだけでも伺えるが、より顕著なのは、一定時間ごとに披露される、実物大ガンダムの「頭部」などが動き、原作の場面を連想させる効果音や音声流れる小イベント（アトラクション）の最中になる。

例えば、筆者のインタビューに応じてくれたある男性は、このイベントの際「テンションが上がる」のを感じ、「20 数年前に観たガンダムの映像が目の前に蘇ってくるようだった」と語ってくれた。では、このような「思い出す」ことに関わる受容のあり方は、どのように読み解くことができるだろうか。

第 2 章で整理しておいた集合的記憶論の視座を応用すると、M.アルヴァックスのいう「物的環境」（Halbwachs 1950=1989 : 182）として実物大ガンダムが機能していると考えられる。そもそも、『ガンダム』はマスメディアに媒介されたコンテンツであるから、当然ながらその受容者は無数に存在している。それにもかかわらず、ふだんは可視化されておらず「潜在的に集合的な記憶」（浜 2000 : 6）に留まっている。しかし、実物大ガン

⁵⁵ ホビーフェアの会期終了後も、実物大ガンダムの観覧自体は 3 月 27 日まで可能だった。

⁵⁶ 「実物大のガンダム人気、入場者 150 万人」（『読売新聞』2011 年 3 月 6 日）による。

⁵⁷ 「実物大ガンダム」へのフィールドワークは、お台場において 2009 年 7 月 25 日と 26 日、静岡において 2010 年 9 月 24 日に実施した。その際、バンダイの企画担当者および来場者計 14 名に半構造化インタビューを行った。

⁵⁸ より詳しい分析内容は、松井（2012b）を参照されたい。

ダムという物的環境が媒介することによって、この記憶が顕在的な位相で想起される。「来場している他の人と共にそれを見る」という行為は、コンテンツの集合的な記憶を、流動的な受容者集団（の一部である来場者）による「可視化された集合性」とともに想起していることになるだろう。

つまり、実物大ガンダムにおける「思い出す」という経験は、「ガンダム」というメディアコンテンツの「潜在的に集合的な記憶」を、実物大ガンダムという物的環境によって、来場者が「顕在的に集合的に想起」することを意味する。そして、このような〈記憶〉の想起に魅力を感じるからこそ、多くの人々は実物モニュメントを訪れると考えられる。

「実物大」の物質性と疑似アウラ

さらに、実物大ガンダムの来場者の行為に目を向けると、そこで顕著だったのは、ガンダムの足を「触る」行動である（図 7-3b）。実物大ガンダムは、遠くから見るだけでなく、接近して直接その物体（サイズから「足」になる⁵⁹）に触れることができる特徴をもつ。このような特性は、他の実物大模型にも共通している。しかし、触れるほど近くに行けることと、



図7-3b 静岡の実物大ガンダムに「触る」来場者（2010、著者撮影）

実際に触れる行為をおこなうこととは別である。原理的には、ただ「見る」だけの楽しみ方もありうるからだ。しかし、実際の展示では、単に眺めたり撮影するだけでなく、物理的なモノに触っている来場者が数多く見られた。ここには、実物大模型において「触る」ことに関係する固有の魅力があると考えられる。

例えば、実物大ガンダムは「この世にひとつしかない」ため「わざわざ来た」と筆者に語ってくれた来場者がいた。ここで実物大模型は、大量生産されたモノとは異なる、社会にひとつしかない「唯一のモノ」として経験されている。

客観的に見ると、実物大ガンダムの唯一性は、企業による希少価値の戦略や経済的成本といったさまざまな要因によってもたらされたものにすぎない。だが、そういった生産者側の事情は、受容者のリアリティとは直接的に関係しない。受容者も、もちろん本質的な意味で〈実物〉だと認識しているわけではないだろう。ガンダムはもともとアニメに登

⁵⁹ 静岡の展示については、ガンダムが手にもつ「ビームサーベル」という剣状の武器も展示に加わった。その地面に刺さった部分に対しても、多くの人が「触る」行為をおこなっていた。

場するメカニックであり、通常の意味での「本物」は存在しないことは当然了解されていると思われる。しかし、実物大模型の「実物に触れる」という行為のうちには、物質性の確かなリアリティと、擬似的な単独性あるいは本物性の経験が含まれているのである。では、このような経験はどのような社会学的意味をもつのだろうか。

その考察の手がかりとなるのが、W.ベンヤミンによるアウラ論(Benjamin 1935-6=1995)⁶⁰である。ベンヤミンのいう「複製」は直接的には映画や写真における技術的な複製、つまり撮影や録音をさすが⁶¹、複製によって芸術作品は〈いま・ここ〉にある一回限りの尊厳である「真正さ」、つまりアウラを喪失する(*ibid*: 589-90)。

このような議論から「実物大模型に触れる」という行為を捉えたと、受容者が「真正さ」に近い何かを感じていると考えられる。しかしこれは、ベンヤミンの議論とは逆方向を向いた現象のようにも思える。ベンヤミンによれば、複製によって真正さが失われることで、受容者はオリジナルの事物が到達できないような状況へ至る。このことは「大聖堂を写真で見る」という例を考えることで明確になる(*ibid*: 589)。〈いま・ここ〉にしかないアウラをもつ大聖堂は、写真という複製物によって受容者の方へ歩み寄る。だが、実物大模型はこの逆の軌跡を描いているのだ。

例えば、ガンダムというメカニックは、実体としてはこの世のどこにも存在しない記号＝シミュラクルである。ベンヤミンの図式でいえば、アニメーションとして生まれた「ガンダム」はもともとが映像＝複製物である。しかし、この「本物のなさ」が逆にポイントとなる。実物大ガンダムは、その実体なき複製物としての「ガンダム」を、あえて〈実物〉にした物理的実体である。

ベンヤミンの議論によれば、「本物」が映像として「複製」されることでアウラを失う。しかし、実物大模型においては反対に、もともと「複製」された映像であった存在が、物理的に巨大な質量をもった立体物として物質化されることで、擬似的な真正性をもつのではないだろうか。このモノは擬似的な「本物」にすぎないが、受容者のリアリティとしては、そのメディアの物質性からもたらされる確かな単独性をもつ。

厳密には、ベンヤミンのいう「アウラ」は「モノがもつ客観的性質」であって、「受容者の主観的リアリティ」とは異なる位相にある。しかし一方で、ここでの実物大模型は暫

⁶⁰ ベンヤミンの「複製技術」論文は1935年に第1稿が書かれたが、その後同年から翌年にかけて書かれた第2稿(後に発見された)、39年に完成された第3稿が存在する。このような場合、最終の第3稿が決定稿となることが多いが、第2稿にのみ含まれた論点があるため、日本語訳も第2稿と第3稿が存在している。本論文では、第2稿と第3稿の双方を参照しつつも、引用は第2稿の方からおこなった。

⁶¹ そのため、ベンヤミンのいう「複製」は、今日の「海賊版」や「違法コピー」問題で言及されるような映像や音声の複製を意味しない。それらの元になっている「正規版」や「オリジナル作品」自体がベンヤミンの議論では、「複製」の範疇に入る。

定的とはいえ「ひとつしかない」モノである。そのため、ここでの実物大模型があたかもアウラをもつかのように感じられる事態は、複製された非アウラのモノが「擬似アウラ」⁶²として感受される状況として解釈されるだろう。

以上の検討からは、まず、実物大模型のうちに作品世界の集合的記憶を想起させる物的環境としての魅力があることが見出された。また、「実物大」という物質性に基づく経験からは、それが「本物」ではないと了解しつつも、単独性をもつ〈物体〉そのものの存在感が擬似アウラを生み出していると考えられる。

7-4 記憶と物体のメディア

グローバル化する模型と〈記憶〉

では、グローバル化する模型の生産と消費、フィギュア、実物大模型から浮かび上がってくる現代の模型メディアのあり方は、どのようなものだろうか。本節では、以上の3節の議論をまとめつつ、一見多様で捉えどころのないこれらの事例に共通する原理を探ることによって、2000年代から2010年代にかけての模型メディアの媒介性と物質性をまとめていきたい。

7-1 からは、モノとしての模型が、少なくとも日本と東アジアのメーカーによる製品においては近似している現状が確認された。デジタルな設計技術の導入と生産体制のグローバル化によって、モノとしての差異はなくなり、今後も均質化は進むだろう。また7-2では、プラモデルなどの製作する必要があるキットではなく、買った時点で精彩な塗装が行われているフィギュアが模型の関連ジャンルとして広がりをもってきたことが論じられた。この要因には中国の工業化をめぐる特殊条件があったので、ブーム自体は長続きしなかったものの、フィギュアの一般化が模型のあり方に与えた影響は大きかった。模型の世界でも簡単な組み立てを行うだけのプラモデルが広がっている。

こうした文脈において、模型の設計者やフィギュアの原型師による〈解釈〉が、より直接的なモノの形で消費者に届く前提が整った。とはいえ、そこでの〈解釈〉は、個々のモデラーが二次元のキャラクターを三次元の模型に置き換えるのではなく、大手メーカーの模型設計者やフィギュア原型師として送り手側に回った元・アマチュアのモデラーによるものであった。フィギュアでは、しばしば「カリスマ原型師」によるキャラクター造形の

⁶² 「擬似アウラ」という言葉については、三島憲一の論考に示唆された。ここでは、映画俳優に宿るかにみえる「アウラ」が実際には映画産業が巨大資本に握られており、そこで演出されたものにすぎないことを主として意味している（三島 2010：469）。したがって、アウラをもたない映像などの「複製」をあえて「実物大」の立体物として物質化することによって発生する、「アウラ」を感じられるモノ（実物大模型）を意味する本稿での「擬似アウラ」とは、意味合いが異なることをことわっておく。

大胆なアレンジが商品の魅力とされる⁶³。また、大手メーカーによる大量生産品としてのガンプラでさえ、有名なデザイナーが独自に〈解釈〉を行ったプラモデル製品が発売されるようになっている。

例えば、2002 年よりバンダイは、ガンプラのうち最も大きな売り上げ占める「MG（マスターグレード）」シリーズのなかで、メカニックデザイナー・カトキハジメがプロデュースした「MG ver.KA」ブランドを展開している。同ブランドは、カトキが原作に大幅なアレンジを加えた機体デザインに基づき、プラスチックによるランナーの色調、製品のパッケージなど、すべてをカトキ本人が監修した「デザイナーズ MG」であることが打ち出されている。

一部の受容者にとって、もはや模型は自分で作り出す「作品」というより、与えられる「環境」となったのである。したがって、模型やフィギュアの個々の受容者の立場から見るならば、現在の模型の媒介性はもはや〈解釈〉という概念で捉えるより、モノという物的環境を媒介に特定の作品世界をめぐる解釈共同体の集合的な〈記憶〉を消費しているという方がより適切である。

実物大模型と〈物体〉

こうした媒介性がより顕在化したのが、7-3 で検討した実物大模型であった。実物大ガンダムの演出や来場者の「思い出す」経験からは、こうしたモノが物的環境となって「ガンダム」という作品をめぐる集合的記憶が想起されている可能性が見出された。

こうした現象を考え合わせるならば、ある物語やキャラクターをめぐる集合的記憶を「潜在的に集合的」（つまり、一見すると個人的）に消費しているのがフィギュアで、「顕在的に集合的」な場面で受容しているのが実物大模型だとまとめることができる。「集合的記憶を想起させる物的環境として機能している」ということを、これまでの章で用いてきた「メディアの媒介性」という概念に即して言い換えると、模型メディアが〈記憶〉の媒介性をもつということになる。

実際、実物大ガンダムの設計をめぐるレポートからは、原作からの『ガンダム』ファンや「ガンプラ」のモデラーのなかにある「ガンダム」イメージに合う最大公約数的なデザインが模索されていたことがわかる。例えば、実物大ガンダム立像の造形全般のディレクションを行った川原正毅は、多くのファンに印象的なテレビ第1話のイメージを再現することに力を入れたと述べている（メガロマニア編 2009：8）。これは、コンテンツをめぐる集合的記憶を想起するモノとして、実物大模型が構想されていたことを示している。

それに加えて、実物大ガンダムをめぐる検討からは、物質的なモノによって擬似アウラ

⁶³ 例えば、第6章でもふれた BOME などの海洋堂の人気原型師は、こうした独自の解釈が非常に巧みであることによって評価されている。

を感受している可能性が示唆された。もっとも、これが「実物大」という記号を付しただけの擬似的な真正性にすぎないことは、当然受容者に了解されてはいるだろう。しかし、実物大模型という巨大な立体物の「物体そのもの」の存在感がなければ、原作をめぐる集合的記憶を「思い出す」ことはより困難だろうし、〈実物〉に「触れる」こともできない。実物大模型に多くの人が魅力を感じるのは、作品世界の「物語」といった記号や情報以外に、実物大模型という〈物体〉それ自体の「メディアの物質性」が作用していると考えられる。

現代社会における模型メディアの媒介性と物質性

2000年代から2010年代にかけての模型は、ますます多様化して共通点を見出しにくくなっていた。しかし、以上の検討からは、グローバル化とデジタル化のなかで模型が均質化するとともに、高品質なフィギュアの大量生産がこれまでの模型とは異なる受容者を生み出したことがわかる。また、実物大模型には、巨大な立体物の物質性から擬似アウラを感受する経験が見られた。

これらの事象からは、作品世界の個人的な〈解釈〉ではなく、ある種の集合性をそなえた〈記憶〉を消費しているという共通点が浮かび上がった。こうしたフィギュアや実物大模型は、従来の「製作する」ことを主眼におく模型のあり方を念頭におくと、もはや「ポスト模型」や「非・模型」とさえいえるほどの異なる物質性と媒介性をもつメディアになっているかもしれない。しかし、あるメディアが社会状況とともに変遷していくことを考えるならば、フィギュアや実物大模型をあくまで模型メディア内の新たなジャンルと位置づけることも可能だろう。

したがって、現代社会の模型が媒介する時間的な位相は、〈現在〉や〈過去〉といった時代でも、単なる〈虚構〉でもなく、現在からの再帰的な構成であると意識される〈記憶〉である。また、空間的には〈形状〉が引き続き重視されつつも、自己のオリジナルな〈解釈〉は後景化し、「集める」ことや「触る」ことを可能にするような立体物としての価値、つまり〈物体〉であることそれ自体の価値が優位となっていた。すなわち、グローバル化とデジタル化のなかで形成されつつある新たな「模型」は、〈記憶における実物を物体として現前させるメディア〉とまとめることができる（図7-4）。

第3章から本章まで、模型のメディア史の具体的展開に即して、その媒介性と物質性を検討してきた。最終章では、これまでの議論をまとめるとともに、冒頭で立てた問いをめぐって、本論文なりの答えを出していきたい。

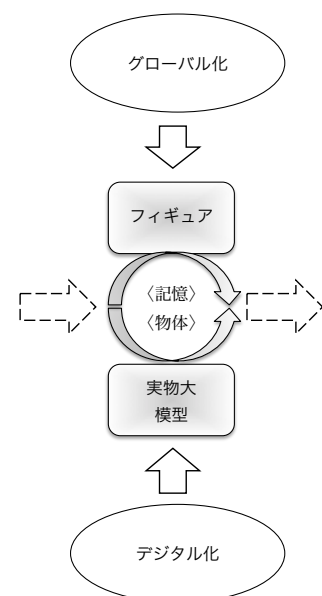


図7-4 現代の模型メディア

終章 〈メディアとしてのモノ〉

本論文の第3章から第7章では、歴史的な検討を通して、模型メディアの媒介性と物質性の推移を検討してきた。最終章では、こうしたメディア史の知見をもとに、序章で立てた問いに答えを出していきたい。

以下、まず「時空間のメディア」としての模型史をまとめ、従来の社会学における日本社会論と照らし合わせる作業を通して、その違いの要因を明らかにする(8-1)。次に、従来のメディア論における「媒介性」や「物質性」の概念を明確にするとともに、模型メディア史からこれらの概念について再考する(8-2)。そして、本研究の知見を総合することで、〈メディアとしてのモノ〉の形成と変容について考察していく(8-3)。最後に、本論文の限界と今後の課題について述べておく(8-4)。

8-1 模型のメディア史

模型メディア史のまとめ

本研究では、模型を「時空間のメディア」として論じてきた。そこで得られた知見をまとめると、次のようになる。

時間のメディアとしての模型については、どういった時間的位相に存在する対象を媒介するかという点に注目してきた。それは、近代化と結びつく〈未来〉から総力戦体制の〈現在〉、すでに存在する〈過去〉、存在しない〈虚構〉から、再構成された〈記憶〉へという推移を示していた。こうした移り変わりは、模型の記号的側面の変化と対応している。すなわち、日本社会における記号としての模型は、いまだ存在しない科学的産物から、目の下の戦争に必要な兵器、すでにあるミリタリー的なメカニック、二次元のキャラクター、かつての模型の対象を包含するメタレベルの思い出と、その意味する内実を変えてきた。

空間のメディアとしての模型に関しては、模型が〈実物〉のすべてをそのまま複製しているのではないことに着目してきた。模型は、〈実物〉における特定の部分領域を空間的に切り取り、複製したモノであった。こうした模型が媒介する空間的位相は、近代化における〈機能〉から、帝国日本の〈理念〉、情報消費社会における〈形状〉、そしてグローバル化・デジタル化時代の〈物体〉と変容してきた。こうした移り変わりは、モノとしての模型の物質性と大きく関わる。江戸期の連続から殖産興業のなかで発達した木製や金属製模型、戦時下の総動員体制での代用材によるブリコラージュ、戦後の石油化学工業によるプラスチックモデル、脱工業化に対応したガレージキット、現代のフィギュアや実物大模型まで、その時代の技術や生産体制を前提にしたさまざまな物質性が、模型という「モノ」を構成してきた。

以上が、冒頭で立てた「③ 日本社会において、どういうモノが「模型」として認識され、

その〈実物〉との関係を人々がどのように理解してきたのか」という問いへの答えに当たる。

日本社会論との相違

模型メディアの媒介性と物質性をめぐる変遷は、日本社会における文脈と密接な関係を取り結んできた。しかし、この変化は、従来の社会学で論じられてきた「日本社会における想像力の変遷」と矛盾する部分を含んでいるようにも思える。

見田宗介（1995）の図式では、「現実」の対語を用いて、1960 年頃までを「理想の時代」、1960 年から 70 年代前半までを「夢の時代」、1970 年代後半からの「虚構の時代」となる。その後、多くの論者がこの図式の「続き」を展開しており、例えば大澤真幸（2008）は 1990 年代以降を「不可能性の時代」と呼んだ。また、宮台・石原・大塚（1994・1995 [2007]）や辻（2008a）は、サブカルチャーや少年文化の分析をふまえて見田図式を、それ以前の戦前期にまで拡張した。さらに、見田自身も近年、自身の図式に追加する形で、現代を「ヴァーチャルの時代」だとしている（見田 2011b : 179）

上記の日本社会論による図式は、主に 3 つの点で模型メディア史の流れと知見と（一見）矛盾する部分がある。第一に、戦時期に関して、先行研究では戦前期を一元化して扱っていたのに対し、模型は 1930 年代までの戦前期と 1940 年代の戦時下に大きく異なる媒介性を形成していたことが挙げられる。第二に、戦後期に関して、従来の図式では「理想」や「夢」を志向していた 1970 年代までに、模型はすでに〈過去〉を媒介していたことがある。第三に、現代社会については、これまで「不可能性」や「妄想の時代」（辻 2008a : 第 8 章）、「ヴァーチャルの時代」といった、非現実的なものが全面化する混迷の時代として診断されることが多かったが、本論文の図式ではむしろ〈物体〉自体に価値がおかれている様相が見出されたことである。

第一の点については、見田図式はそもそも戦後のみを対象としているので直接の関係はないが、それを応用した宮台らや辻による研究は、戦前期まで適用範囲を広げている。だが、この相違の原因は明らかである。第 4 章で辻（2008a）にふれて述べたように、鉄道文化は戦時下に軍による統制が行われたため目立った展開はなく、鉄道雑誌の廃刊から資料的にも検討するのは難しい状況であったと思われる。それに対して本研究の分析対象であった模型は、逆に戦時下に公権力が推奨したメディア文化領域であった。そのため、1930 年代までとは異なる媒介性と物質性が、1940 年代の総力戦体制下で成立することになったと考えられる。さらに、戦争が模型に与えたインパクトは戦時に留まらず、戦後のあり方も大きく規定することになった。それは、物質的側面ではガレージキットにおけるブリコラージュ的製作実践に持続しており、記号的側面では模型の主要な題材が「兵器」であることに残存している。特に、後者については、戦後のスケールモデルにミリタリーが多だけでなく、ポスト戦後期のキャラクターモデルでも「ガンダム」など〈虚構〉の兵器は

主要な題材であり続けてきた。この理由としては、「戦後男の子文化」において一般的に見られるミリタリズム（伊藤公雄 2004）もさることながら、模型メディアをめぐる「文化」の基盤が戦時下で形成されたという特殊な事情もあると考えられる。

第二に、従来の社会学的な日本論の多くにおいて「理想」や「夢」を志向していたとされる戦後期に、なぜ模型ではすでに〈過去〉を媒介していたのかという問題があった。これは、模型が「モノ」と密接な関係を取り結ぶメディア文化領域だからだと考えられる。模型が戦前期に〈未来〉を媒介していたのは、大量生産品としてのモノの総量自体がその後の時代に比べて圧倒的に少ないことが関係してきただろう。特に、明治期以降の日本が「模する」対象としてきた近代科学の産物に関しては、身近に存在しない状況であったと思われる。そのため、来たるべき〈未来〉における、いまだ存在しない〈機能〉を媒介する模型が理想とされた。一方、従来の社会学の図式では、戦後初期には「理想」、高度経済成長に入ってから「夢」を志向していた。しかし、この頃には工業化の達成によって、日本社会でも身の回りに参照すべきモノは数多く存在していた。だからこそ、すでにある〈過去〉の実物を媒介する模型が主流になったと考えられる⁶⁴。

第三に、社会が「ヴァーチャル」や「妄想」でみたされる時代において、なぜ模型では〈物体〉にこだわる態度が見出されるのかという問題があった。この矛盾について考える手がかりは、第7章でも引いた W.ベンヤミン（1935-6=1995）の発想にあると思われる。ベンヤミンによる「アウラ喪失」の命題は、これまでも多くの論者が指摘してきたように、複製技術時代に入ってはじめて、それ以前の芸術作品にあった（がこれまで気づかれていなかった）アウラが「発見」されるという逆説に、メディア論的な面白さがある。例えば北田暁大は、この論理を「複製技術の存在こそが、複製されざるものを構築する」（北田 2004：126）と端的に表現している。だが、こうした複製技術時代の逆説は、メタ複製技術時代でも同様に成り立つのではないだろうか。すなわち、デジタル化社会においては、記録メディアの大容量化によって、「情報」そのものはほとんど無限と断言する規模の複製が可能になっている。また、同時並行的に進むインターネットの高速回線化によって、そうした複製された大量の情報を瞬時に移動させることも可能である。こうした「情報」の量と移動の飛躍的な増大によって、逆にそうした容易な複製が「されざる」存在として「モノ」の価値が事後的・再帰的に発見されていると考えられるのだ。こうしたメタ複製技術時代における「モノ」の再発見という逆説が、模型の空間的媒介性を〈物体〉そのものに近づけている所以なのである。

以上、社会学における日本社会論と模型メディア史の3つの相違を確認してきたが、上

⁶⁴ なお、こうした構造は模型の対象が架空の存在であっても同様であると考えられる。だからこそ、参照されるべきキャラクターの蓄積が多くなる「データベース消費」（東 2001）の時代になると、模型において〈記憶〉の媒介性がせり出してきたのだろう。

述したそれぞれの理由により、これらは両立しえない「矛盾」ではなく、一見矛盾するが実は成り立っている「逆説」であったことがわかった。より一般化するならば、模型というメディア文化領域は、「モノ」を重要な論点として含むがゆえに、従来のマクロな日本社会論における時代区分とは少し異なるしかたで展開してきたということになる。

模型メディアと「人」

なお、本論文の模型メディア史は「モノ」に記述の主眼を置いてきたため、「人」の動きが相対的に見えにくくなっているかもしれない。もちろん、「人間」を記述の上でも特権化しないこと自体が本論文の研究上の立場と大きく関わるので、この問題を解決するのは難しい。次節で述べるように「人と人」の媒介性はメディア研究の中心となってきたが、模型を単に送り手と受け手をつなぐメディアだと前提してしまった時点で、模型に固有の媒介性と物質性を捉えそこなっているように思われる。

ただ、模型メディアが特定の送り手と受け手、「人と人」をつなぐ媒介性をもっていた側面もあるだろう。本論文でも、こうした「人」と関係する側面を無視してきたわけではない。そこで、「人が不在である」というあらかじめ想定される違和感を除くために、第Ⅱ部の各章で記述してきた模型メディアの担い手について整理しておく。

まず、模型メディアの受容者は、男性を中心として幅広い年齢層であり続けていた。だが、「人」との関わりで特に重要なのは、模型が「製作する」という能動的な実践がないと成立しないメディア文化領域だということである。そのため、当初から「受け手」といっても、単なる受動的な存在ではなかった。

明治期から1930年代までの戦前期では、模型製作の主体は「エンジニア」と呼ばれた。これは、同時代に〈未来〉の〈機能〉を媒介する科学模型が主流であったことによるだろう。そこでは「少年」が目立ちつつも、「大人」の担い手も多く見られた。また、生産者は江戸期以来の木材産業や近代に産業化された金属玩具の分散型生産組織であったが、1920年代後半以降に登場した模型誌で製作法を公表したのは、工学分野の研究者や教育者であった。

次に、1940年代前半の戦時期には、物資統制のなかで従来の模型産業は苦境に陥った。しかし同時に、公権力が模型メディアの新たな送り手として登場した。模型航空教育を制度化した文部省はその代表的な主体であった。模型誌においては、従来の工学研究者や教育者に加えて、軍人が戦時下の「兵器模型」の重要性を啓蒙していった。一方、受け手としては、国民学校に通う「少年」に照準されていた。この背景には、大人の男性は実際に戦地に行ったため、本土で模型を製作するのは年少の世代が中心にならざるを得なかった事態があるだろう。そうした状況で、当時の「少国民」たちは、戦場にいる大人と同様、〈現在〉の実用的な知識や帝国日本の〈理念〉を兵器模型によって身につけることが期待されたのである。

戦後になると、タミヤやハセガワなど現在までつながる模型メーカーが登場し、そこでの精密なプラスチックモデル製品の設計者や金型職人が、模型メディアの生産者といえる位置についた。ただ、そこでの消費者たる「モデラー」は、単に説明書通りに組み立てる受動的な存在ではなく、「改造」というブリコラージュ的实践を行う主体でもあった。こうした個々のモデラーの製作実践の参考書として、模型誌が存在したのである。また、そこで作例を提示すモデラーの多くは、当初は趣味で模型製作を行っていたのが、後に模型製作や作例の執筆を職業とするプロのモデラーになった人々である。

こうした「アマチュア」の実践が全面化するのが、1980年代以降のガレージキットであった。ガレージキットは、造形素材と技術の変化を前提にして、少量の複製品を個人単位で生産できる模型であった。それらが即売会などのイベントで販売されることは、モデラーが生産者や販売者の地位を獲得することを意味した。

現在でもプラモデルの製作・改造を行うモデラーや、ガレージキットを製造・販売するアマチュアは存在し続けている。しかし、2000年代以降に目立つのは、フィギュアを購入したり、半完成品の模型を作るといった受容のしかたであった。こうした変化は、塗装済みで精密で安価なおまけフィギュアの大量供給が可能になったことで可能になった。そこでの受け手の中心は、以前より受動的な消費を行う「コレクター」となっている。

もちろん、こうした模型メディアの担い手は、発展段階的に変化してきたのではない。現在でも、模型製作を通じて科学的な〈機能〉の実現を目指すエンジニア的な作り手や、自身のオリジナルな〈解釈〉の表現を行うモデラーは存在するだろう。また、これらの主体が断絶的に存在するのではない。例えば、同一の人物が、ある模型に対してはエンジニアとして、また別の模型との関係ではコレクターとしてふるまうかもしれない。このように、実際の模型メディアの担い手は、エンジニア・モデラー・コレクター、あるいはプロフェッショナルとアマチュアが重層的に存在しているのである。

以上のように、模型と関わる「人」は、その媒介性と物質性の形成と対応するように変化してきた。そこで明らかになったのは、当事者が意識的にメディアという言葉自体では把握していないにしても、実質的には模型を製作する主体によって、〈実物〉という対象世界の部分領域と〈いま・ここ〉にいる自己とをつなぐ「メディア」として模型が構想されていたことであった。

土橋臣吾は、デジタルメディアのユーザーについて、ANTに依拠しつつ、「自身がその一部として組み込まれる社会・技術的なネットワークのなかで、そのネットワークのあり方によって自らの行為能力=エージェンシーを様々に変容させる関係態」（土橋 2010:203）と定式化している。こうしたユーザー像は、ある種の人間中心主義を排したものであり、扱っている対象は異なれど本研究と共通する視点をもつ。そのため、こうした図式は、デジタルメディアのユーザーだけではなく、ここまで論じてきた模型製作の主体のような、〈メディアとしてのモノ〉と身体的・物理的な何らかの実践を通じて関わる人々について

も応用できるのではないだろうか。

こうした発想から、冒頭で立てた「② 特定の社会において、あるモノがどのようにメディアとして構想されてきたのか」という問いへ答えが得られる。すなわち、〈いま・ここ〉に存在する「モノ」に（「製作する」といった）何らかの実践を通して関わる人々が、社会的文脈に方向づけられながら「そのモノが自分と世界をつないでいる」と感受することによって、固有の媒介性と物質性をもつ「メディア」が立ち現れるのである。

以上で、模型のメディア史のまとめとそれについての考察を閉じる。次節では、より広い視野から、ここまで厳密な定義を宙吊りにして述べてきた「メディアの媒介性」や「メディアの物質性」といった概念を、それに関わる問題を論じつつ、明確にしていきたい。

8-2 メディアの物質性と媒介性

序章で確認したように「メディア」は多層的な含意をもつ言葉である。ここでは、メディア論における「媒介性」（mediation）と「物質性」（materiality）という概念について、これまでの章で明らかにした知見を用いつつ考察していく。

視座としてのメディア

まず、「メディア」という概念を研究上の視座として理解する場合がある。

例えば、長谷川一は、R.ウィリアムズやM.ポランニーを引きつつ、「現実の世界のなかの具体的な実在として、メディアとそうでないものとのあいだに対象の属性にもとづいて明確な線引きができるような性質のものとしてではなく、ものごとの認識や理解のしかたにかかわるもの」（長谷川 2011：39）であることを強調している。「ある定義の仕方にいる者からすればまるで「メディア」と考えられてこなかった諸々について、それらがいかんして「メディア」であるかを問うような姿勢において」（*ibid*：40）見出されるのが「メディア」であるという。

したがって、このような意味での「メディア」は、実在や現象としてではなく、メディア研究者（あるいは、より広く「メディア」を思考する者）の思考の補助線として用いられる概念だということになる。そこでは、メディア概念を用いることによって「何がどのようにしてメディア（あいだにあるもの）になるかを見ることをとおして、枠組みの境界条件を照ら」（*ibid*：57）すことが目指される。つまり、ここでの「媒介性」は、「メディア」という概念で思考することによる「何かと何かが媒介されている」ということをめぐる研究のための視座、あるいは社会を理解するひとつの方法を意味することになる。

本論文でも、こうした視座を部分的に用いてきた。問題意識の根幹にある「模型」を媒介性と物質性をもつ「メディア」として捉え直す姿勢がそれに当たる。少なくとも現在の日本のメディア研究では、ジャーナリズム研究やマス・コミュニケーション研究といった

領域で行われる、ある種の自明性をもつ「メディア」の分析が主流であり、W.ベンヤミンが『パサーージュ論』（Benjamin 1982=1993）で展開したような、パリの街頭におけるさまざまな「モノ」をメディアとみなす視点、あるいは近年の研究例としてはM.フェザーストーンら（Featherstone, Thrift and Urry ed. 2005=2010）が行った「自動車」をメディアとして捉え返すような問題設定は、周辺化してしまっていると判断せざるをえないだろう。こうした「視座としてのメディア」を強調したメディア研究は、さらに多くの対象で行われるべきだと思われる。

しかし、こうした研究は、あくまで研究者の解釈枠組としての「メディア」であるから、どちらかという人文学的な研究であり、経験的なデータに基づく社会科学研究になじみにくい面をもつ。やはり同時に、送り手や受け手といった実際にそのメディアに関わる「当事者」のリアリティや、あるいはそのメディアを取り巻く社会経済的状況、文化的ヒエラルキー、歴史的文脈を重視したいわば「経験としてのメディア」理解も必要だろう。では、そうしたメディア理解における「媒介性」と「物質性」はどのような意味をもつ概念なのだろうか。

メディアの媒介性

研究者による思考のための「視座」となるメディアではなく、現実の社会において多くの人々による「経験」としてのメディアと関わる「媒介性」と「物質性」を明確化することがここでの課題である。

まず、メディアの媒介性について、伊藤守（2009）は2つの位相における意味を区別している。第一に「人間と人間との関係」である。これはマスメディアにおける「送り手」と「受け手」を典型的なあり方とする媒介性であるが、パーソナルメディアやソーシャルメディアについても「誰と誰をつなぐのか」という問いをめぐって行われるメディア研究は多い。

第二に「人間と対象世界との関係」である。これは、カメラというメディアによって独自の対象が切り取られ、人に経験されることが例に挙げられている。こうした認識主体と認識対象との関係の位相は、人の「経験」に照準する社会学的研究でも不可欠な論点である。だが、後者の論点は、現在のメディア研究では相対的に不足しているように思える。例えば、M.ハンセンは、近代以前に用いられていた「生の環境」としてのメディウムの意味があいまいになり、18世紀からは西洋社会におけるメディア技術の発達に伴って、マスメディアを中心とする「伝達」という意味にその強調点が移行したと述べている（Hansen 2006=2014 : 171）。

しかし、伊藤やハンセンも示唆しているように、「近代」という歴史的時代それ自体が自明ではなくなっている現在、近代以前に主流であったような「人と世界」、「人とモノ」をつなぐ「媒介性」を再考するための研究が要請されているといえる。「メディア」が必

ずしも「人と人」をつなぐことが前提とされず、「何と何」をつなぐのかが根源的に問い直されるなかで、「媒介性」という概念は「物質性」と新たな関係を取り結ぶのである。

メディアの物質性

現在のメディア研究や文化社会学の領域では、「メディアの物質性」という概念は、主に3つの意味で使われる。

第一に、文字通りの「物質的なモノ」自体をさす「メディアの物質性」がある。この場合の物質的なモノは、第2章で検討したように、言語的世界に回収されない「余剰」を意味する。また、物理的特性に根ざした「モノの質感」として人間の身体と接点をもつ。長谷正人による、新聞が「折り畳まれた紙に活字を印刷した物質である」（長谷 2009a : 16）という例は、この意味の物質性をさしていると思われる。モノ自体の「物質性」は、身体と関わるゆえに人間工学や認知科学と隣接する領域であるが、社会学的研究にとっても決して無視できない要素である。本論文でも、各時代におけるモデルの物理的特性をめぐって、こうした意味の「メディアの物質性」を重視してきた。

第二に、生産様式や下部構造としての「メディアの物質性」があるだろう。この意味の「物質性」は、技術や経済と関係する。これは K.マルクスによる唯物史観以来の考え方が、CS でも「文化」が資本主義における「商品」であることは重視されてきた。例えば R.ウィリアムズ（1958=2008）は、マルクスの影響を受けつつも、下部構造の決定論ではないしかたで、生産様式との関係のもとで形成される「文化」について論じてきた。そこでの文化的生産物は、一般的なモノと同様に、資本主義経済における社会構造のなかで分析すべき対象だとされる。したがって、メディア自体も、経済や技術に支えられてはじめて存在することになる。ただ、こうした意味での物質性を極端なかたちで重視すると、経済決定論や技術決定論になってしまうことに関しては、注意が必要だろう。

第三に、さらに広い意味での「メディアの物質性」がある。第2章でもふれた B.ブラウンは、デジタル文学やメディア論を専門にする K.ヘイルズを引用しつつ、彼女の考古学的研究の課題に近年ますます多くの研究者が取り組んでいることを挙げる文脈のなかで、次のように述べている。

メディアの物質性を強調する研究者たちは、物理的下部構造（physical infrastructure）より多くのことに照準している。彼らは、人間とテクノロジーとの物理的相互作用を示すことや、あらゆるコミュニケーション技術のうちに存在する多層化された歴史を明らかにすることによって、いくつかの異なつた論述でヘイルズが「具体化された物質性（materialities of embodiment）」と呼ぶような、メディアを再物質化する（rematerialize media）ものを後付けている（Brown 2010 : 56）

ここでの「メディアの物質性」は、「再物質化」という表現が示唆するように、「人間とテクノロジーとの物理的相互作用」や「コミュニケーション技術のうちに存在する多層化された歴史」によって形成されるプロセスと関わる。情報が一時的に物質化した状態、すなわち「物質的具現化」(material instantiation)こそ物質性なのである。実際、ヘイルズは、情報の「パターン」への還元を批判しつつ、物質性について身体との関わりを重視している。そのなかで、物質性を単なる物理的特性に還元せずに、つねに「地球上を循環する情報」(circulates around the globe)との組み合わせとして、徹底的に関係論的なアプローチで扱っている(Hayles 1999 : 246)。

以上のように、メディアの物質性には、①身体や自然と近接する「モノ自体」、②技術や経済といった「下部構造」、③歴史的に形成された「物質化」すなわち、「物質と情報の関係をめぐる状態」という3つの位相があった。

模型メディア史の知見は、これら複数の位相の「物質性」が密接に関係していることを示している。例えば、プラモデルという「メディアの物質性」には、プラスチックという素材の特性、石油化学工業化がもたらした生産物、木製模型から持続／変容したメディア形式という、それぞれ異なる位相が存在している。そして、これらの「物質性」は理念的には区別できるものの、実際に密接に関係しつつ同時に存在しているだろう。つまり、3つの位相にある「物質性」は多層化して積み重なっており、相互に作用し合っていると考えるべきである。本論文における具体的な歴史記述のなかでも、「メディアの物質性」はこうした重層的な意味で用いられてきた。

では、本節で再考してきたメディア研究における「媒介性」と「物質性」の概念は、社会学や隣接領域における「モノ」をめぐる研究といかなる関係にあるのだろうか。いわば「メディア」の側から「モノ」に接近してきた本節に対して、「モノ」の側から「メディア」を捉え直すのが次節ということになる。

8-3 〈メディアとしてのモノ〉

モノの〈媒介性〉

「モノ」の側から「メディア」を捉え返す際に示唆的なのは、序章でもふれたB.ラトゥールの議論である。ここでは、ラトゥールにおける〈媒介性〉の概念とそこでの「モノ」の位置を検討することで、前節の議論との橋渡しを行いたい。

科学社会学を中心とする領域で画期的な研究を発表しているラトゥールだが、その理論の特徴は、あらゆる物質や言説を〈媒介性〉(mediation)⁶⁵の動的なネットワークとして

⁶⁵ 日本語訳では、「媒介」や「媒介項」と訳されているが、Catherine Porter による英語訳などで“mediation”という概念が用いられていることを確認した結果、メディア研究における「媒介」(media)との区別と、「媒

把握することにある（Latour 1991[1993]=2008：26-28）。こうしたネットワークの結びつき方は社会的文脈によって異なるが、むしろ、ネットワークのしかたによってさまざまな社会のあり方が形成されているといった方が正確である。そこでは、純粋な「モノ」（object）は社会において存在せず、言葉とモノの中間的形態である「準モノ」（quasi-object）が社会を構成するアクターだとされる。

こうしたラトゥールによる発想は、第1章で述べたように ANT として理論化されている。ラトゥールのいう〈媒介性〉を考えるために、アマゾンの森林土壌のサンプリングに関わる研究事例（Latour 1999=2007：第2章）を挙げておきたい。

土壌科学者たちは、土壌から区画された幾何学的大地、土壌比較器、断面図、報告の文章という一連のプロセスで自然やモノを科学や言語に変換していく。しかし、同時にこの変換は、逆方向にも再現できるように、人工的な記号として設定されている。土壌、幾何学的区画、企画器、図面、報告書といった各アクターは、固有の記号性と物質性をもつが、そのあり方は常に他のアクターとの関係に規定される。

土・器械・図面といった、言葉とモノの両方からなるアクターが相互に働き合うプロセス自体が、ラトゥールのいう〈媒介性〉である。ここでは人間は、同じく記号と物質から構成されているという意味で、非・人間と同格なアクターとされる。そして、アクターたる人間や非・人間（モノ）が、物質かつ記号として相互に作用する〈媒介性〉の動態こそ、ANT が捉えた「社会」の姿なのである。

したがって、社会認識としては、純化された「言葉とモノ」という二項対立を理念とするあまり、それらが相互に浸透し合っている〈媒介性〉が見えなくなっていた時代こそが、「近代」とであるとされる。すなわち近代は、言葉とモノ、人間と非・人間の区分が明確であった、きわめて例外的な時代なのである。だからラトゥールは、現代社会の時代認識として、近代の後に来る時代をさす「ポストモダン」ではなく、主著の題名にあるように「私たちはいまだ近代であったことはない」（We have never been modern）という意味で、「非・近代」（nonmodern）という表現を用いるのだ。

もちろん、ANT のねらい自体は、既存の科学研究における实在論と構築論の二項対立的なアポリアを克服することにある。そのため、ここでの〈媒介性〉は（狭義の）モノをめぐる社会学的研究には適用できても、メディア研究には直接関係のない視座だと思われるかもしれない。だが、ラトゥールのいう〈媒介性〉は、メディア研究におけるそれと単に言葉が一致するにすぎないのだろうか。いや、そうではないだろう。

前節でも挙げた B.ブラウンは、現代のメディア研究は科学研究と重なる視座をもつことを強調している（Brown 2010：56）。また、M.ハンセンは、今なお形成されつづけている技術決定論と社会構築主義の二極化をどのように乗り越えるのかが現在のメディア論の

介性」（mediation）と同じ単語であるという連続性を考え、〈媒介性〉と表記することにした。

課題であるとし、その観点からマクルーハンの仕事の再評価を行っていた（Hansen 2006=2014 : 167）。ここで提示されているようなメディア論の課題は、ラトゥールが目指す科学論の課題と軌を一にしており、同様の発想が相互に応用可能だと考えられる。

実際、ラトゥールがいう人・モノ・言説を等価につなぐ〈媒介性〉は、前節で述べた「人と世界」をつなぐ「メディアの媒介性」と深く共鳴し合っていると思われる。それは、これまでのいわゆる「近代」の歴史のなかで、商品や記号といった価値によって追いやられてきた「モノ」の復権を意味するかもしれない。

実体的な技術決定論と「文化」の構築論との対立を経た後では、現代の文化社会学やメディア研究においても、言葉とモノによる〈媒介性〉の形成を記述する研究がますます盛んになっていくことが求められる。

〈メディアとしてのモノ〉の形成と変容

ここでは、本章のはじめにまとめた模型メディア史の知見（8-1）、次に検討したハンセンやブラウンらによるメディアの媒介性と物質性の概念（8-2）、本節で示したラトゥールの〈媒介性〉をめぐる議論を総合することによって、冒頭で立てた第一の問いへの答えを出し、社会学における人間中心主義的記述を相対化する知見を提示したい。

言語論的転回以降の基本的な考え方では、「言語が現実を作り出す」と言われてきた。その原理に基づく、「模型」という概念によって認識されたモノが、（その時代背景のなかでリアリティをもつような）何らかの〈実物〉を模すメディアとして形成される、ということになる。もちろん、模型のメディア史においても、そうした方向性も数多く見られた。

しかし反対に、何らかの〈実物〉を模す「モノ」が、「模型」というメディアとして定義されていくという方向性も見られた。つまり、模型の歴史においては、一方で、特定の社会的文脈のなかで何らかの〈実物〉が「模す」べき対象として設定され、この〈実物〉に適した「モノ」が新たに「模型」の物質的材料として用いられていた。しかし、他方、そうして再編成された「模型」の物質性がさらに模すべき〈実物〉をゆるやかに方向づけてもきたのである。そこでは、社会的文脈によって大きく枠づけられつつ、モノの物質性に根ざした人々の模型製作の実践によって、メディアの媒介性が書き換わっていくという動きが見られた。

先の理論的検討を応用するならば、このような絶え間なきモノと情報の結合・離散のプロセス自体が、ラトゥール的な表現では模型の〈媒介性〉である。記号と物質が不可分に関係することで、社会の〈実物〉と呼応する「模型」というメディアを形成してきたことになる。こうしたモノ・メディア・社会の関係は、メディア研究にいま見られる技術決定論と社会反映論の対立を乗り越えるための、新たな視座となるだろう。

上記の知見を一般化すると、序章で立てた「①〈メディアとしてのモノ〉はいかに形成

され、変容していくのか」という問いに対して、次のような答えを導き出せる。

すなわち、社会的・歴史的背景のなかで、あるモノに関わる人々が、そのモノが自分と世界をつないでいるとする感受を行ってきた。これをモノの側から記述すると、社会的文脈のなかで、記号と物質、情報とモノが相互に規定し合うとともに、その循環的關係のなかで「メディアの媒介性」や「モノの物質性」自体が変遷していくプロセスであった。これらは、人間を含むが、人だけでは決して成り立たない文化の動態である。

以上までの考察で、冒頭で立てた問いに対して、一定の答えを導けたように思う。それらの問題は次の3つであった。

- ① 〈メディアとしてのモノ〉はいかに形成され、変容していくのか？
- ② 特定の社会において、あるモノがどのようにメディアとして構想されてきたのか？
- ③ 日本社会において、どういうモノが「模型」として認識され、その〈実物〉との関係を人々がどのように理解してきたのか？

本章のここまでで以上の問いへの回答を詳しく述べてきたが、いま一度ここで簡単にまとめておきたい。まず、模型のメディア史分析から、③に対する答えが得られた。

③ 時間のメディアとしての模型は、近代化と結びつく〈未来〉から総力戦体制の〈現在〉、すでに存在する〈過去〉、存在しない〈虚構〉から、再構成された〈記憶〉へという推移を示した。そうした模型は、〈実物〉のうち特定の部分領域を空間的に切り取り、複製したモノである。模型が媒介する空間的位相は、近代化における〈機能〉から、帝国日本の〈理念〉、情報消費的な〈形状〉、そして〈物体〉と変遷してきた。

次に、こうしたメディア史の知見をふまえて、終章の前半では、従来の社会学における日本社会論との違いや、模型メディアと「人」との関わりについて検討した。それが、②の問いを明らかにする手がかりとなった。こうした知見は、文化社会学における人間を中心とする記述を相対化するものである。

② 〈いま・ここ〉に存在する「モノ」に（「製作する」といった）何らかの実践を通して関わる人々が、社会的文脈に方向づけられながら「そのモノが自分と世界をつないでいる」と感受することによって、固有の媒介性と物質性をもつ「メディア」が立ち現れる。

最後に、終章の後半では、「媒介性」や「物質性」という概念の再検討を通して、①について以下のような答えを導き出せた。これは、メディア研究における技術決定論と社会反映論のどちらでもない、メディアの動態を記述する際のオルタナティブな可能性を提起している。

① 〈メディアとしてのモノ〉は、社会的・物質的状況と関わりながら、「媒介性」や「物質性」の内実自体を連続的に変容させていく。そこには、「メディアの媒介性」と「モノの物質性」との相互規定的関係があった。

本章では、模型のメディア史から出発しつつ、より広い視座からメディア研究や社会学の現在的課題を論じてきた。新たに要求されるのは、「人」だけでなく「モノ」を含めたメディア文化やコミュニケーションの記述である。人とモノの関係をめぐる文化社会学は、さまざまな対象の具体的分析によって、今後も展開されていかなければならない。

本論文の最後となる次節では、研究の意義を提示するとともに、論じられなかったテーマにふれておきたい。

8-4 本論文の意義と今後の課題

ポスト・デジタル化社会と「モノ」

最後に、本論文の知見を現代社会の状況と考え合わせることで、前節で本論文の結論として明らかにした「モノとメディア」についての考察を超えて、より今日的・実践的な方向から研究の意義を示しておきたい。

M.フェザーストンによれば、グローバル化のプロセスの影響のひとつは、「世界それ自体がローカルなもの、単一であること」を人々に気づかせたことである。それは、地球の脆弱性として「世界が有限であり、取り返しのつかない被害と破壊に無防備であること」を意識させるという（Featherstone 1995=2009 : 161-162）。これは直接的には地球環境問題として認知され、現代社会で重要なテーマになっている「持続可能社会」の構想に至っている。

見田宗介はすでに、1990年代に出された情報化・消費化社会の議論のなかで、アメリカのマテリアル消費量の変化をあげつつ、20世紀後半からの資源消費が人類史上で最も激しかったことと、1970年からの技術革新によってそれをある程度抑えることができたことを指摘していた（見田 1996）。しかしその増補版では、21世紀に入ってからのもっともいっそうのマテリアル増加を受けて、消費量の低下は一時的な技術革新、すなわち「情報化」では限界があることを強調している（見田 2011a : 133）。そこで見田は、増補版では「資源消費なき成長の可能性と限界」という項目を追加し、以前から対策として提示されていた〈情報化〉のアイデアがやはり重要になると述べている。

〈情報化〉はG.バタイユの特異な消費社会論を手がかりに、見田が提起した概念である。J.ボードリヤールの「消費」（consommation）が「商品の大量の消費を前提とする社会の形態」であるのに対して、バタイユによる〈消費〉⁶⁶（consummation）は、「効用に回収されることのない生命の充溢と燃焼を解き放つ社会の経済」である。ここでは、生産主義的な諸産物よりもいっそう力強く直接的な歓びを人に与える〈消費〉が、どのような

⁶⁶ 例えば、湯浅（2006）などでは「消尽」と訳されているが、おそらく見田は、ボードリヤール流の「消費」との対比を明確にするため〈消費〉という表記を用いたと思われる。

大量の自然収奪も、他社会からの収奪も必要としない社会をつくる可能性を提起している。こうした〈消費〉は、情報による物質の読み替えによってもたらされる。見田によれば、手段としての情報ではない「美としての情報」＝「充足、歓びとしての情報」が、社会システムの〈成長のあとの成長〉の可能性を開くという。

つまり、見田のいう〈情報化〉は「情報によってモノの意味を読み替え、どんな自然や他者からの収奪も解体も必要とすることのない生の喜びを追求すること」であるが、これは持続可能社会をもたらすためのきわめて重要な提言であると思われる。

しかし、純化された記号と物質は存在せず、準モノが社会を構成しているというラトゥールの指摘をふまえるならば、見田による対策は、むしろ「美としての情報」のみを追求するというより、「情報とモノ」の適切な結合、端的にいうと「うまい組み合わせ」を構想することが重要だという命題に展開することができるのではないだろうか。本論文の締めくくりとして、そのことを「単独性」という概念を通して提示したい。

ある存在が〈いま・ここ〉にしかないという実感である「この性」(this-ness)は、「単独性」(singularity)として議論されてきた。柄谷行人は、G.ドゥルーズの議論を手がかりに、一般性／特殊性モデルに対して、普遍性／単独性の軸について議論している(柄谷 1994)。科学的な法則として定位される一般性とそのひとつのあり方である特殊性(particularity)とは行なって、単独性は他とは比較できない、あるいは他では替えの効かない存在であり、普遍性とつながるものである。単独性は社会学で用いられることの少ない概念だが、近年では、一般化することが難しい現象にこの概念が応用されることもある⁶⁷(長谷 2009b)。

単独性は、ともすると人間主体を前提とした他者に限定された概念だと思われがちだが、そうではない。実際、柄谷は犬の例を挙げている(柄谷 1994 : 9-10)。可愛がっていた飼い犬が死んだときの「代えの効かなさ」もまた、一般／特殊モデルでは説明できない単独性による感情なのだ。だとすると、〈いま・ここ〉にしかないという単独性の感覚は、ある「モノ」の受容に対しても生じるのではないだろうか。

すでに W.ベンヤミンを引いて述べたように、現代のメタ複製技術時代には「モノ」に固有の価値が再発見される。これは、物理的なモノをデジタルデータと比べてみるとより明確になるだろう。デジタル化された情報は、記録メディアの容量が許す限り複製可能である。また、デジタルな記録にあつては、すべてをリセットして「初期状態」に戻すことができる⁶⁸。したがって、デジタルな情報はまさにその特徴としての無限の複製性と瞬時

⁶⁷ 長谷正人は、コミュニケーションにともなう、他と比較できないような「ある関係」といった、コミュニケーションに独自の科学的な法則化が難しい特徴を捉えるために、単独性を社会的議論に導入したという(長谷 2009b : 69-72)

⁶⁸ データの破損などにその痕跡が残る場合にしても、やはりそれはハードディスクなど記録媒体のモノの水準

の流通可能性によって、「かけがえのなさ」という単独性の価値をもちにくいのである。

現代社会は、デジタル化の途上にあるが、あらゆるメディアが物質的なモノからデジタルデータに置き換わってしまうことはないだろう。B.ラトゥールが強調したように、「純化された情報」というのは近代的な観念にすぎないからである。その意味で、増大するデジタルデータと物質的なモノが混交することによって形成されている現代社会は、すでに「ポスト・デジタル化社会」に突入しているとさえ言える。

こうしたポスト・デジタル化社会においては、複製可能性の高い「情報」だけでは単独性の価値は得られにくいだろう。したがって、自己充足的で「生の歓び」をもたらすパタイユ的な〈消費〉のためには、持続可能性を破壊しない「モノと情報の組み合わせ」が重要になってくると考えられる。

例えば、模型を事例にして言えば、そもそも環境破壊的とみなされがちなプラモデルにおいて、廃プラスチックの再生材料で製造された「エコプラ」⁶⁹が作られている。もちろん、模型メーカーが産業構造を維持するための「宣伝」や「エクスキューズ」だと批判的に捉えることは容易である。しかし、そうした単純な批判は、上記の考察を経た後ではもはや知的怠慢とさえ言えるだろう。見田が強調したように、環境や資源の限界と両立可能な〈消費〉は、現実的には資本主義経済システムの内部で構想する他にないからだ。実際、エコプラはそれが「エコ」であるからといって、模型メディアに持続的に見られた「製作する」ことをめぐる〈愉しみ〉が減じられるわけではない。もちろん、現在はまだ技術的制約から「黒い」プラスチックになってしまうのが欠点だが、逆にこれを「カッコいい」と捉える人もいる⁷⁰。

ポスト・デジタル化時代におけるモノと情報の魅力ある結合が適切に構想され、そうした組み合わせに基づくメディア文化が人々に広く受け入れられることは、持続可能な〈消費〉が行われる社会の形成につながるだろう。〈メディアとしてのモノ〉の形成と変容のひとつの道筋を索出した。そこで得られたのは、知見であった。

本論文の意義は、日本社会における模型の考古学なメディア史分析を通して、人とモノとの多層的な関係のなかで、あるメディアが形成・変容してきたプロセスを示したこと

である。

⁶⁹ 「エコプラ」は、バンダイが既存のガンプラの金型を使って、成型材料を（真っ黒の）再生プラスチックによって製造した模型である。現在まで「HG」や「SD ガンダム」シリーズから 10 種類ほどが発売されている。はじめは 2009 年から開催された「GREEN TOKYO ガンダムプロジェクト」で販売されたが、その後は特定のイベントや、静岡のバンダイホビーセンターでも販売されている。

⁷⁰ 例えば、ある模型製作のブログでは、真っ黒な「エコプラ」の「HG 1/144 ガンダム」を無塗装で製作して、「色なしと言ってもこれはこれでカッコいいんじゃないかな～なんて思ってます」という感想が記されている (<http://wheels0x0.blogspot.jp/2012/06/hg.html>、2014 年 10 月 28 日取得)

である。こうした〈メディアとしてのモノ〉の研究は、「人とモノ」の関わり方を人間中心主義的ではないしかたで捉えるため、技術が構成する「メディア」と人が構成する「社会」とを分けることを前提にする技術決定論や社会反映論を乗り越えることにつながるだろう。

今後の課題

冒頭から結論部まで、本論文では「メディア」や「モノ」をキーワードとして模型という対象について論じてきたために、他の問題関心からこの対象を分析したときに入るべき論点は欠けていたように思われる。そのうちいくつかを「異文化」「メディア」「ジェンダー」といったキーワードから挙げておきたい。

まず、比較文化論的視座が不足していたと考えられる。E.W.サイードのオリエンタリズム論以降のメディア研究や社会学では、当然ながら「自文化中心主義」は批判されるべき姿勢である。そのため本研究でも、近世から記述をはじめること西洋中心主義を排し、また現在では中国の工業化に目配りしつつフィギュアを論じるなど、「西洋」や「日本」を前提とする「文化」概念を退けながら記述を進めてきたつもりである。しかし、本研究での研究対象をあらかじめ、〈日本語で「模型」と呼ばれているモノ〉と設定した関係上、「日本」を中心化しているように見えるかもしれない。また、模型がいわゆる「西洋の衝撃」を契機として生じたメディアである以上、「異文化」としては西洋との関わりが記述の中心となったことも否めない。特に、戦時下において植民地であった朝鮮半島や占領下にあった中国都市部でも、「日本」の模型は当然流通していたので、今後はそうした部分にも配慮した研究を行っていく必要がある⁷¹。

次に、メディア研究としての課題は、映像メディアとの比較において見えてくるだろう。近年、映像人類学や映像社会学が盛んであるが、その眼目は①方法、②対象、③実践としての映像を総合的に考えることにあるという（石田佐恵子 2009：10）。こうした映像メディアに対して、モノというメディアも当然、方法としてのモノ、対象としてのモノ、実践としてのモノが理論的には考えられる。そのうち本論文は、②に対応する視点として、模型というモノを「対象」として分析してきた。また、①映像として記録された資料を用いる方法に対しては、本研究でも模型製品という「モノ」自体を資料とした記述を部分的に取り入れてきた。その意味では、方法と対象として「モノ」を用いる社会学は構想可能だろう。しかし、③に関しては、映像人類学や映像社会学が「映像制作」自体を研究実践

⁷¹ 実際、戦時期には、例えば「京城恩賜科学館主催 模型大会」（『模型航空』1942年6月号：22）や「模型機に歓喜のビルマ少年」（『読売新聞』1943年7月19日朝刊）のように、模型誌や新聞で植民地支配や占領下にあった地域での模型関係の記事がみられる。こうした資料を含む帝国日本における「内地」以外での模型の広範な受容の詳細な検討は、今後の課題にしたい。

とするのに対して、「模型製作」などのモノづくりで研究発表を行うというのは（現状の社会学では）考えにくい⁷²。そして、なぜ「映像制作」では人類学・社会学的研究報告にはなりえても、「模型製作」ではありえないのかということは、それ自体が知識社会学的課題である。こうした映像とモノをめぐる問題は、今後の重要なメディア論的課題になってくるだろう。

さらに、ジェンダーという論点がある。隣接領域の鉄道（模型）を扱った辻泉（2008a）が対象を「少年文化」として分析していたのに対して、本論文ではジェンダーの変数をあえて導入しない形で模型をめぐる問いを設定してきた。しかし、歴史記述に必要な範囲でふれたように、戦時下に兵器模型として確立し、戦後のミリタリーモデルにも受け継がれてきた日本の模型文化は、ジェンダー論によって「男性文化」として論じるべき対象でもあるだろう。こうした視点はまた、模型に関して「人形」や「ドール」といった対象との比較で分析する視点を提起する。第3章で述べたように、雛人形の生産や消費はすでに江戸期に広く行われていたが、近代化以降は西洋近代の産物であるドールと合流することになった⁷³。現在では、精神科医の斉藤環（2009）が男性と女性の欲望をそれぞれ「所有」と「関係」として論じたことを受けて、前者をフィギュア、後者をドールに対応するという見解が示されることもある（イトウ 2010）。しかし、こうしたジェンダーによる分類は、より慎重な経験的研究に基づいて行われるべきだろう。

さらに、方法論上の課題もあるだろう。本論文のメディア史における時代区分は、いくつかの記号的・物質的な要因を契機として、模型の変容を記述してきた。しかし、こうした区分が恣意的であるとの批判は残っているだろう。もちろん、幾度も明記してきたように、こうした図式は仮説的・暫定的な枠組にすぎず、後続する研究の批判によって変更、あるいはより精緻化されることになると思われる。そうした質的研究の信頼性を高める方法として、近年コンピュータ・コーディングを用いた研究手法が提案されている。例えば、内容分析の考え方に依拠した計量テキスト分析が行われている（樋口 2006）。こうした分析手法は、信頼性に加えて大量のデータが扱えることや、コードの共有などの利点がある一方で、あいまいさの識別が困難であることや高度な文脈を反映できないことの問題点が指摘されている（川端 2009：138-139）。また、本論文のように、言語的ではない「モノ」の領域を含む対象には、そうした言葉のつながりによる分析だけでは何かを記述するのは難しいかもしれない。とはいえ、計量テキスト分析は、これまでブラックボックス化していた質的データの分析過程を可視化し、実証性を高めるうえで有力な手法のひとつであることは間違いなく、本論文のようなメディア史分析にも導入されていくべきだろう。

⁷² もちろん、建築学などの工学分野では、「モノ」自体で研究報告を行うのはきわめてオーソドックスである。

⁷³ 実はドール自体が西洋の伝統というより、近代化による産物である。なお、筆者はかつて、ドールの日本での受容の一端について、ミュージアムという視点から論じたことがある（松井 2013c）。

本論文で行った「模型」を対象とする〈メディアとしてのモノ〉の社会学的研究を発展的に継承していくためには、以上で提示した論点をふまえた新たな問題設定を行っていく必要があると考えられる。

〈了〉

文献

- Abercrombie, N., Hill, S., and Turner, B.S., 2000, *The penguin dictionary of sociology*, Penguin Books Ltd.
(=2005, 丸山哲央監訳・編集『新しい世紀の社会学中辞典』ミネルヴァ書房.)
- 赤上裕幸, 2013, 『ポスト活字の考古学——「活映」のメディア史 1911-1958』柏書房.
- 天野正子・桜井厚, 1992, 『「モノと女」の戦後史』平凡社.
- ・木村涼子・石谷二郎, 2007, 『モノと子どもの戦後史』吉川弘文館.
- 雨宮昭一, 1997, 『戦時戦後体制論』岩波書店.
- Anderson, C., 2012, *Makers: the new industrial revolution*, Random House Business Books. (=2012, 関美和訳『メイカーズ——二一世紀の産業革命が始まる』NHK出版.)
- 新睦人, 2004, 『社会学の方法』有斐閣.
- あさのまさひこ, 2002, 『海洋堂クロニクル』太田出版.
- , 2007, 『海洋堂マニアックス』太田出版.
- 有馬学, [2002] 2010, 『昭和の歴史 23——帝国の昭和』講談社.
- 東浩紀, 2001, 『動物化するポストモダン』講談社.
- Baudrillard, J., 1968, *Le système des objets*, Gallimard. (=1980, 宇波彰訳『物の体系——記号の消費』法政大学出版局.)
- , 1970, *La société de consommation*, Gallimard. (=1979, 今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊國屋書店.)
- , 1981, *Simulacres et simulation*, Editions Galilée. (=1984, 竹原あき子訳『シミュラクルとシミュレーション』法政大学出版局.)
- Bathes, R., 1957, *Mythologies*, Seuil. (=1967, 篠沢秀夫訳『神話作用』現代思潮新社.)
- , 1964, *Rhetorique de l'image: le message photographique*, Seuil. (=2005, 蓮實重彦・杉本紀子訳『映像の修辞学』筑摩書房.)
- , 1980, *La chambre claire: note sur la photographie*, Gallimard. (=1985, 花輪光訳『明るい部屋——写真についての覚書』みすず書房.)
- Bataille, G., 1949, *La Part Maudite: précédé de La notion de dépense*, Les Editions de Minuit. (=1973, 生田耕作訳『呪われた部分——普遍経済学の試み』二見書房.)
- Bell, D., 1973, *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, London: Heinemann Educational Publishers. (=1975, 内田忠夫ほか訳『脱工業社会の到来——社会予測の一つの試み(上・下)』ダイヤモンド社.)
- Benjamin, W., 1928, *Altes Spielzeug*. (=1996, 久保哲司訳「昔のおもちゃ」浅井健二郎編訳『ベンヤミン・コレクション 2』筑摩書房.)
- , 1935-36, "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen reproduzierbarkeit". (=1995, 浅井健二郎編訳・久保哲司訳「複製技術時代の芸術作品」『ベンヤミン・コレクション 1』筑摩書房.)

- Bennett, A., and Kahn-Harris, K., 2004, *After Subculture*, Palgrave Macmillan.
- Bennett, T., Grossberg, L., and Morris, M., 2005, *New keywords : a revised vocabulary of culture and society*, Wiley-Blackwell. (=2011, 河野真太郎・秦邦生・大貫隆史訳『新キーワード辞典——文化と社会を読み解くための語彙集』ミネルヴァ書房.)
- 尾藤正英, [1992] 2006, 『江戸時代とは何か——日本史上の近世と近代』岩波書店.
- Brown, B., 2001, "Thing Theory", in *Critical Inquiry*, 28(1), 1-16.
- , 2010, "Materiality", in Mitchell, W.J.T., and Hansen, M., ed., *Critical Terms for Media Studies*, University of Chicago Press, 49-63.
- Clifford, J., 1988, *The Predicament of Culture: Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art*, Harvard University Press. (=2003, 太田好信ほか訳『文化の窮状』人文書院.)
- Coser, L. A., 1992, "Introduction," in *On Collective Memory*, University of Chicago Press, 1-34.
- 土橋臣吾, 2010, 「デジタルメディアのユーザーとは誰／何のことか」『社会志林』56(4), 193-205.
- 土橋臣吾・南田勝也・辻泉編著, 2011, 『デジタルメディアの社会学——問題を発見し, 可能性を探る』北樹出版.
- Durkheim, E., 1895, *Les règles de la méthode sociologique*, Félix Alcan. (=1978, 宮島喬訳『社会学的方法の基準』岩波書店.)
- , 1912, *Les formes élémentaires de la vie religieuse: Le système totémique en Australie*, Félix Alcan. (=1975, 古野清人訳『宗教生活の原初形態』上・下, 岩波書店.)
- Eco, U., and Carrière, J-C., 2009, *N'espérez pas vous débarrasser des livres*, Grasset & Fasquelle. (=2010, 工藤妙子訳『もうすぐ絶滅するという紙の書物について』阪急コミュニケーションズ.)
- 遠藤薫, 2013, 『廃墟で歌う天使』現代書館.
- Featherstone, M., 1995, *Undoing culture: globalization, postmodernism and identity*, Sage. (=2009, 西山哲郎・時安邦治訳『ほつれゆく文化——グローバリゼーション・ポストモダニズム・アイデンティティ』法政大学出版局.)
- Featherstone, M., Thrift, N. J., and Urry, J., ed., 2005, *Automobilities*, Sage. (=2010, 近森高明訳『自動車と移動の社会学』法政大学出版局.)
- Foucault, M., 1961, *Histoire de la folie à l'âge classique*, Gallimard. (=1975, 田村俣訳『狂気の歴史——古典主義時代における』新潮社.)
- , 1969, *L'archéologie du savoir*, Gallimard. (=2012, 慎改康之訳『知の考古学』河出書房新社.)
- , 1975, *Surveiller et punir: naissance de la Prison*, Gallimard. (=1977, 田村俣訳『監獄の誕生——監視と処罰』新潮社.)
- , 1976, *Histoire de la sexualité: la volonté de savoir*, Gallimard. (=1986, 渡辺守章『性の歴史Ⅰ 知への意志』新潮社.)
- 福間良明・野上元・蘭信三・石原俊編, 2013, 『戦争社会学の構想』勉誠出版.
- Gutting, G., 2005, *Foucault : a very short introduction*, Oxford University Press. (=2007, 井原健一郎訳『フ

- ーコー』岩波書店。)
- Giddens, 2001, *Sociology fourth edition*, Polity Press. (=2004, 松尾精文ほか訳『社会学 第4版』而立書房。)
- ガンダムフロント東京有限責任事業組合, 2012, 「ガンダムフロント東京とは」, 「ガンダムフロント東京」公式ホームページ (2012年8月7日取得, <http://gundamfront-tokyo.com/jp/welcome/>)
- 芳賀正之, 2011, 「ホビーのまち静岡 その50年」『しずおかホビーは凄い!』財団法人静岡県文化財団, 6-99.
- Halbwachs, M., 1925, *Les cadres sociaux de la mémoire*, P.U.F. (=1992, Coser, L. A., tr., "The Social Frameworks of Memory," in *On Collective Memory*, Chicago: University of Chicago Press, 35-189.)
- , 1941, *La topographie légendaire des évangiles en terre sainte: étude de mémoire collective*, P.U.F. (=1992, Coser, L. A., tr., "The Legendary Topography of the Gospels in the Holy Land", in Coser 1992, 193-235.)
- , 1950, *La mémoire collective*, P.U.F. (=1989, 小関藤一郎訳『集合的記憶』行路社。)
- Hall, S., 1980, "Encoding/ decoding" in S. Hall et al ed., *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, 1972-79, 128-138.
- 浜日出夫, 2000, 「記憶のトポグラフィー」『三田社会学』5: 4-16.
- , 2002, 「他者の場所——ヘテロトピアとしての博物館」『三田社会学』7: 5-16.
- Hansen, M. B. N., 2006, "Media Theory", in *Theory Culture & Society*, 23(2-3), 297-306. (=2014, 堀口剛訳「メディアの理論」伊藤守・毛利嘉孝編『アフター・テレビジョン・スタディーズ』せりか書房, 164-182。)
- 原田勝正, 1986, 「開国と鉄道」野田正穂・原田勝正・青木栄一・老川慶喜編『鉄道史叢書2 日本の鉄道——成立と展開』日本経済評論社, 1-14.
- Harvey, D., 2005, *A brief history of neoliberalism*, Oxford University Press. (=2007, 森田成也他訳, 『新自由主義——その歴史的展開と現在』作品社。)
- 長谷正人, 2009a, 「メディアの物質性」伊藤守編『よくわかるメディア・スタディーズ』ミネルヴァ書房, 16-19.
- , 2009b, 「単独性とコミュニケーション」長谷正人・奥村隆編『コミュニケーションの社会学』有斐閣, 67-86.
- , 2010, 『映画というテクノロジー経験』青弓社.
- 長谷川一, 2011, 「メディアとしての……」『マス・コミュニケーション研究』78, 35-60.
- Hayles, K., 1999, *How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature and Informatics*, University of Chicago Press.
- 樋口耕一, 2006, 「内容分析から計量テキスト分析へ——発展と継承を目指して」『大阪大学大学院人間科学研究科紀要』32, 1-27.
- 平野克己, 2011, 『もういちどプラモデル』ネコ・パブリッシング.
- 井田博, 2006, 『日本プラモデル興亡史——子供たちの昭和史』文藝春秋.
- 飯田豊, 2013, 「誰のための技術史?——アマチュアリズムの行方」飯田豊編著『メディア技術史——デジタル社会の系譜と行方』北樹出版.

- 石谷二郎・天野正子, 2008, 『モノと男の戦後史』 吉川弘文館.
- 伊藤公雄, 2004, 「戦後男の子文化のなかの『戦争』」 中久郎編『戦後日本のなかの「戦争」』 152-179.
- 伊藤守, 2009, 「メディアの媒介性」 伊藤守編『よくわかるメディア・スタディーズ』 ミネルヴァ書房, 10-13.
- イトウユウ, 2010, 「〈フィギュア〉と〈ドール〉」 『ガイドブック「フィギュアの系譜——土偶から海洋堂まで」展』 京都国際マンガミュージアム・兵庫県立歴史博物館.
- 石田淳, 2013, 「戦争と人口構造——高度経済成長の基盤としてのアジア・太平洋戦争」 荻野昌弘編『戦後社会の変動と記憶——移動・空間・他者』 新曜社, 31-62.
- 石田佐恵子, 1998, 『有名性という文化装置』 勁草書房.
- , 2009, 「ムービング・イメージと社会——映像社会学の新たな研究課題をめぐって」 『社会学評論』 60(1), 7-24.
- , 2013, 「越境するポピュラー文化ミュージアム——グローバル化／デジタル化時代の展望」 石田佐恵子・村田麻里子・山中千恵編著『ポピュラー文化ミュージアム——文化の収集・共有・消費』 ミネルヴァ書房, 291-315.
- Jay, M., 1989, "In the empire of the gaze: foucault and the denigration of vision in twentieth-century thought", in Appignanesi, R., ed., *Postmodernism*, Free Association Books.
- 香川雅信, 2005, 『江戸の妖怪革命』 河出書房新社.
- , 2012, 「妖怪／フィギュア論」 『比較日本文化研究』 15, 16-35.
- 柄谷行人, 1994, 『探求Ⅱ』 講談社.
- 柿沼秀樹・加藤智編, 2007, 『バンダイキャラクタープラモ年代記』 学研.
- 加島卓, 2011, 「メディア・リテラシーの新展開」 土橋臣吾・南田勝也・辻泉編著, 2011, 『デジタルメディアの社会学——問題を発見し, 可能性を探る』 北樹出版, 207-220.
- 片桐雅隆, 2003, 『過去と記憶の社会学——自己論からの展開』 世界思想社.
- 川端亮, 2009, 「質的データのコンピュータ・コーディング」 谷富夫・芦田徹朗編『よくわかる質的社会調査 技法編』 ミネルヴァ書房, 134-147.
- 川村清志, 2014, 「ガンプラというフェティシズム——モノと物語の相互作用」 田中雅一『フェティシズム研究 2 越境するモノ』 京都大学学術出版会, 449-472.
- 金瑛, 2012, 「集合的記憶概念の再考——アルヴァックスの再評価をめぐって」 『フォーラム現代社会学』 11, 3-14.
- 北田暁大, 2000, 『広告の誕生——近代メディア文化の歴史社会学』 岩波書店.
- , 2004, 『「意味」への抗い——メディアエーションの文化政治学』 せりか書房.
- , 2010, 「社会の批評」 『思想地図』 5, NHK 出版, 48-98.
- 木島由晶, 2008, 「なぜキャラクターに萌えるのか——ポストモダンの文化社会学」 南田勝也・辻泉編『文化社会学の視座』 ミネルヴァ書房, 47-68.
- 高野光平・難波功士編, 2010, 『テレビ・コマーシャルの考古学——昭和 30 年代のメディアと文化』 ミネルヴァ書房.

- 熊谷文枝, 1999, 『デジタルネットワーク社会の未来——社会学からみたその光と影』ミネルヴァ書房.
- Latour, B., 1991[1993], *Nous n'avons jamais été modernes: essai d'anthropologie symétrique*, La Découverte. (=2008, 川村久美子訳『虚構の「近代」——科学人類学は警告する』新評論.)
- , 1993, "Le fardeau moral d'un porte-clefs", *La clef de Berlin et autres leçons d'un amateur de sciences*, La Découverte, 47-55.
- , 1999, *Pandora's hope: essays on the reality of science studies*, La Découverte. (=2007, 川崎勝・平川秀幸訳『科学論の实在——パンドラの希望』産業図書.)
- , 2005, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford University Press.
- Lessig, L., 1999, *Code and other laws of cyberspace*, Basic Books. (=2001, 山形浩生・柏木亮二訳『Code——インターネットの合法・違法・プライバシー』翔泳社.)
- Lévi-Strauss, C., 1962, *La pensée sauvage*, Plon. (=1976, 大橋保夫訳『野生の思考』みすず書房.)
- Lévy, P., 1998, *Qu'est-ce que le virtuel?*, La Découverte. (=2006, 米山優訳『ヴァーチャルとは何か?——デジタル時代におけるリアリティ』昭和堂.)
- 李佳, 2013, 「中国の経済発展——高度成長とその持続可能性」猪口孝・袴田茂樹・鈴木隆・浅羽祐樹編著『環日本海国際政治経済論』ミネルヴァ書房, 127-153.
- Lidchi, H., 1997, "The Poetics and the Politics of Exhibiting Other Cultures", in Hall, S. (ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage, 151-222.
- Lyon, D., 2001, *Surveillance Society: Monitoring Everyday Life*, Open University Press. (=2002, 河村一郎訳『監視社会』青土社.)
- 丸田一, 2008, 『「場所」論——ウェブのリアリズム・地域のロマンチズム』NTT出版.
- Manovich, L., 2013, *Software Takes Command*, Bloomsbury Academic. (=2014, 大山真司訳「メディアの理論」伊藤守・毛利嘉孝編『アフター・テレビジョン・スタディーズ』せりか書房, 110-152.)
- 丸山圭三郎, 1987a, 『言葉と無意識』講談社.
- , 1987b, 『文化＝記号のブラックホール』大修館書店.
- 松井広志, 2012a, 「メディアコンテンツの〈物質化〉と集合的記憶——模型製作についての語りを手がかりに」『人文論叢』40, 1-20.
- , 2012b, 「物語・記憶・擬似アウラ——『実物大ガンダム』の〈魅力〉と物質性をめぐる考察」『KG社会学批評』1, 109-119.
- , 2013a, 「ポピュラーカルチャーにおけるモノ——記号・物質・記憶」『社会学評論』63(4), 503-518.
- , 2013b, 「モノとしてのポピュラー文化を調査する——香港での展示イベントを中心に」『都市文化研究』15, 82-84.
- , 2013c, 「神戸ドールミュージアム」石田佐恵子・村田麻里子・山中千恵編著『ポピュラー文化ミュージアム——文化の収集・共有・消費』ミネルヴァ書房, 255-256.
- McLuhan, M., 1964, *Understanding Media*, McGraw-Hill. (=1987, 栗原裕・河本仲聖訳『メディア論——

人間の拡張の諸相』みすず書房.)

メガロマニア編, 2009, 『ガンダム 30 周年オフィシャルブック』ガンダム 30 周年プロジェクト.

三島憲一, 2008, 「文化」今村仁司・三島憲一・川崎修編『岩波 社会思想事典』岩波書店, 270-276.

——, 2010, 『ベンヤミン——破壊・収集・記憶』講談社.

見田宗介, [1984] 2012, 『宮沢賢治——存在の祭りの中へ (定本 見田宗介著作集 9)』岩波書店.

——, 1995, 『現代日本の感覚と思想』講談社.

——, 1996, 『現代社会の理論——情報化・消費化社会の現在と未来』岩波書店.

——, 2011a, 「現代社会の理論 (増補版)」『現代社会の理論 (定本 見田宗介著作集 1)』岩波書店.

——, 2011b, 「定本解題」『生と死と愛と孤独の社会学 (定本 見田宗介著作集 6)』岩波書店.

宮台真司・石原英樹・大塚明子, 1994・1995 [2007], 『増補 サブカルチャー神話解体——少女・音楽・マンガ・性の変容と現在』筑摩書房.

溝尻真也, 2010, 「ラジオ自作のメディア史——戦前/戦後期日本におけるメディアと技術をめぐる経験の変容」『マス・コミュニケーション研究』76, 139-156.

モデルグラフィックス編, 1989, 『ガンダム・センチネル』大日本絵画.

文部省編, 1942, 『模型航空機教育教程 (試案)』日光書院.

村田麻里子, 2013, 「ミュージアムから考える」石田佐恵子・村田麻里子・山中千恵編著『ポピュラー文化ミュージアム——文化の収集・共有・消費』ミネルヴァ書房, 3-23.

内藤湖南, [1921] 2004, 「応仁の乱について」『東洋文化史』中央公論新社, 59-84.

難波功士, 1995, 『撃ちてしまひ——太平洋戦争と広告の技術者たち』講談社.

——, 2011, 「なぜ『メディア文化研究』なのか」『マス・コミュニケーション研究』78, 19-33.

仲谷正史・笈康明・白土寛和, 2011, 『触感をつくる——《テクタイル》という考え方』岩波書店.

日本航空協会編, 1956, 『日本航空史 明治・大正編』日本航空協会.

日本の模型業界 75 年史編集委員会, 1986, 『日本の模型——業界 75 年史』東京都科学模型教材協同組合.

日本プラモデル工業協同組合編, 2008, 『日本プラモデル 50 年史——1958-2008』文藝春秋.

野島久雄, 2004, 「思い出工学」野島久雄・原田悦子編著『〈家の中〉を認知科学する』新曜社, 269-288.

野村総合研究所オタク市場予測チーム, 2005, 『オタク市場の研究』東洋経済新報社.

荻野昌弘編, 2002, 『文化遺産の社会学——ルーヴル美術館から原爆ドームまで』新曜社.

岡田斗司夫編, 1998, 『国際おたく大学——1998 年 最前線からの研究報告』光文社.

大西秀之, 2009, 「モノ愛でるコトバを超えて——語りえぬ日常世界の社会的実践」田中雅一編『フェティシズム論の系譜と展開』京都大学出版会, 149-175.

大野道邦, 2000, 「記憶の社会学——アルヴァックスの集会的記憶論をめぐる」『神戸大学文学部紀要』77, 165-184.

大澤真幸, 2008, 『不可能性の時代』岩波書店.

大塚英志, [1989] 2001, 『定本 物語消費論』角川書店.

——, 2013, 『ミッキーの書式——戦後まんがの戦時下起源』角川学芸出版.

- Renfrew, C., 2003, *Figuring It Out*, Thames and Hudson.
- Rojek, C., 2007, *Cultural Studies*, Polity Press. (=2009, 渡辺潤・佐藤生実訳『カルチュラル・スタディーズを学ぶ人のために』世界思想社.)
- Rovertson, R., 1992, *Globalization: Social theory and global culture*, Sage. (=1997, 阿部美哉訳『グローバルリゼーション——地球文化の社会理論』東京大学出版会.)
- 斉藤環, 2009, 『関係する女 所有する男』講談社.
- 坂田謙司, 2011, 「プラモデルと戦争の『知』」高井昌吏編『「反戦」と「好戦」のポピュラーカルチャー』人文書院, 193-225.
- Sand, J., 2009, 「唯物史観からモノ理論まで」『美術フォーラム 21』20: 44-46.
- 佐藤健二・吉見俊哉, 2007, 「はじめに」佐藤健二・吉見俊哉編『文化の社会学』有斐閣, i-vi.
- 佐藤卓己, 1998, 『現代メディア史』岩波書店.
- , 2013, 「メディア史の可能性——コミュニケーション研究との間」『ヒューマン・コミュニケーション研究』41, 5-15.
- 佐藤俊樹, 2011, 『社会学の方法——その歴史と構造』ミネルヴァ書房.
- , 2013, 「常識をうまく手放す」山本泰・佐藤俊樹・佐藤健二編著『社会学ワンダーランド』サイエンス社, 1-30.
- 関口隆克, 1943, 「模型教育研究会の成り立ちと事業」『模型』3(4), 4-7.
- Silverstone, R., 1999, *Why Study the Media?*, Sage. (=2003, 吉見俊哉・伊藤守・土橋臣吾訳『なぜメディア研究か——経験・テキスト・他者』せりか書房.)
- Simmel, G., 1909, “Brücke und Tür”, *Der Tag*, 15, September. (=1999, 鈴木直訳「橋と扉」『ジンメル・コレクション』筑摩書房, 89-100.)
- Simpson, J. A., (ed.) 1989, *Oxford English Dictionary (2nd Edition)*, Oxford University Press.
- 白川静, 1996, 『字通』平凡社.
- 静岡模型教材協同組合編, 2011, 『静岡模型全史』文藝春秋.
- スタジオハード編, 2001, 『アオシマプラモの世界』竹書房.
- Strinati, D., 1995, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, Routledge. (=2003, 渡辺潤・伊藤明巳訳『ポピュラー文化を学ぶ人のために』世界思想社.)
- 鈴木謙介, 2013, 「設計される意欲——自発性を引き出すアーキテクチャ」『思想地図』3, 110-135.
- 小学館国語辞典編集部編, 2012, 『大辞泉 第二版』小学館.
- 田尻祐一郎, 2011, 『江戸の思想史——人物・方法・連関』中央公論新社.
- 竹縄昌, 2008, 『日本最初のプラモデル』アスキー・メディアワークス.
- 田宮模型編, 2000a, 『田宮模型全仕事 ビジュアル版 1——MILITARY MODELS』文春ネスコ.
- , 2000b, 『田宮模型全仕事 ビジュアル版 2——CAR, MOTORCYCLE MODELS』文春ネスコ.
- , 2000c, 『田宮模型全仕事 ビジュアル版 3——SHIP, AIRCRAFT MODELS』文春ネスコ.
- 田宮俊作, [1997] 2000, 『田宮模型の仕事』文藝春秋.

- 谷本雅之, 2010, 「分散型生産組織の論理」阿部武司・中村尚史編『講座・日本経営史 2——産業革命と企業経営 1882-1914』ミネルヴァ書房, 105-116.
- 太郎丸博, 2013, 「モデル」大澤真幸・吉見俊哉・鷲田清一編『現代社会学事典』弘文堂, 1261-1262.
- 田中義久, [1988] 1994, 「文化」見田宗介・栗原彬・田中義久編『社会学事典』弘文堂, 780-782.
- Theimer, F., 1995, *Les jouets*, Paris: P.U.F. (=1998, 松村恵理訳『おもちゃの歴史』白水社.)
- 床呂郁哉・河合香吏, 2011, 「なぜ『もの』の人類学なのか？」床呂郁哉・河合香吏編『ものの人類学』京都大学学術出版会, 1-21.
- 東京玩具人形問屋協同組合七十周年記念事業委員会編, 1956, 『東京玩具人形問屋協同組合七十年史』東京玩具人形問屋協同組合.
- 津金澤聡廣, 1998, 「『大阪朝日』『大阪毎日』による航空事業の競演」津金澤聡廣・有山輝雄編『戦時日本メディア・イベント』, 世界思想社, 91-112.
- 辻泉, 2008a, 『鉄道の意味論と＜少年文化＞の変遷——日本社会の近代化とその過去・現在・未来』, 東京都立大学博士学位請求論文.
- , 2008b, 「文化社会学の視座」南田勝也・辻泉編著『文化社会学の視座』ミネルヴァ書房, 1-11.
- , 2008c, 「メディアと集いの文化への視座——経験的／批判的アプローチからマルチメソッド・アプローチへ」南田勝也・辻泉編著『文化社会学の視座』ミネルヴァ書房, 14-37.
- , 2014, 「なぜ鉄道オタクなのか？——「想像力」の社会史」宮台真司監修、辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット——〈歴史・空間・交流〉から問う』筑摩書房, 63-95.
- 内田隆三, 1990, 『ミシェル・フーコー——主体の系譜学』講談社.
- 上野俊哉・毛利嘉孝, 2000, 『カルチュラル・スタディーズ入門』筑摩書房.
- 和田学編, 2006, 『GUNDAM CG WORKS——MODELING TECHNIQUES FOR MOBILE SUIT』ビー・エヌ・エヌ新社.
- 若林幹夫, 2014a, 「メディア論の長いまどろみ」伊藤守・毛利嘉孝編『アフター・テレビジョン・スタディーズ』せりか書房, 183-200.
- , 2014b, 『未来の社会学』河出書房新社.
- Williams, R., 1983, *Keywords: a Vocabulary of Culture and Society*, Harper Collons Publishers. (=2002 [2013], 椎名美智・越智博美・武田ちあき・松井優子訳『完訳 キーワード辞典』平凡社.)
- 山口裕之, 2011, 「訳者解説」『ベンヤミン・アンソロジー』河出書房, 384-413.
- 吉田三千雄, 2011, 『戦後世界と日本資本主義 6 戦後日本重化学工業の構造分析』大月書店.
- 吉田則明, 2012, 「雑誌文化と戦後の日本社会」吉田則明・岡田章子編『雑誌メディアの文化史——変貌する戦後パラダイム』森話社.
- 吉田民人, 1990, 『自己組織性の情報科学——エヴォルーションニストのウィナー的自然観』新曜社.
- 吉見俊哉, 1994, 『メディア時代の文化社会学』新曜社.
- , 2004, 「カルチュラル・スタディーズの介入」『メディア文化論』有斐閣, 87-104.
- , 2007, 『親米と反米——戦後日本の政治的無意識』岩波書店.

- , 2009, 『ポスト戦後社会——シリーズ日本近現代史 9』岩波書店.
- 吉見俊哉・若林幹夫・水越伸, 1992, 『メディアとしての電話』弘文堂.
- 湯浅博雄, 2006, 『バタイユ——消尽』講談社.
- 尹大栄, 2011, 「プラモデル産業」『地域イノベーション』4, 13-21.
- 山田朗, 1997, 『軍備拡張の近代史——日本軍の膨張と崩壊』吉川弘文館.
- 山北藤一郎, 1930 [2003], 『(復刻版) 電気機関車の作り方・蒸気機関車の作り方——少年技師ハンドブック』誠文堂新光社.
- 横井曹一, 1942, 『兵器模型——少年科学工作』文祥堂.
- 米谷匡史, 2006, 『アジア／日本』岩波書店.
- 雪村まゆみ, 2007, 「戦争とアニメーション——職業としてのアニメーターの誕生プロセスについての考察から」『ソシオロジ』52(1), 87-102.